

Universitätskurs

Analyse von Digitalen
Marketingdaten mit
Künstlicher Intelligenz



Universitätskurs Analyse von Digitalen Marketingdaten mit Künstlicher Intelligenz

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

Internetzugang: www.techtute.com/de/kunstliche-intelligenz/universitatskurs/analyse-digitalen-marketingdaten-kunstlicher-intelligenz

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Kursleitung

Seite 12

04

Struktur und Inhalt

Seite 16

05

Studienmethodik

Seite 20

06

Qualifizierung

Seite 28

01

Präsentation

Die KI-gestützte Datenanalyse für das digitale Marketing setzt fortschrittliche Algorithmen ein, die verborgene Muster in großen Datensätzen erkennen und es den Vermarktern ermöglichen, das Verbraucherverhalten besser zu verstehen, künftige Trends vorherzusagen und ihre Kampagnen in Echtzeit zu optimieren. Darüber hinaus verbessert diese prädiktive und präskriptive Analysefähigkeit nicht nur die Effizienz und Genauigkeit von Marketingentscheidungen, sondern eröffnet auch neue Möglichkeiten der Personalisierung und Zielgruppensegmentierung, was zu einem höheren ROI und nachhaltigen Wettbewerbsvorteilen führt. Aus diesem Grund hat TECH dieses vollständig virtuelle Programm ins Leben gerufen, das durch die innovative Methodik des *Relearning* unterstützt wird, um ein gründliches Verständnis der behandelten Themen zu gewährleisten.



“

Dank dieses 100%igen Online-Universitätskurses werden Sie sich auf die Analyse von digitalen Marketingdaten mit künstlicher Intelligenz spezialisieren und so die Effektivität Ihrer Kampagnen und das nachhaltige Wachstum Ihres Unternehmens steigern“

Die Fähigkeit der künstlichen Intelligenz, große Datenmengen in Echtzeit zu verarbeiten, ermöglicht es Marketingfachleuten, Muster und Trends mit größerer Genauigkeit zu erkennen, was zu einem tieferen Verständnis des Verbraucherverhaltens führt. Dies wiederum erleichtert die Personalisierung von Strategien und die effektivere Segmentierung von Zielgruppen, wodurch die Rendite von Werbeinvestitionen optimiert und das Kundenerlebnis verbessert werden kann.

So entstand dieser Universitätskurs, der einen tiefen Einblick in die grundlegenden Werkzeuge und Techniken gibt, um die Geheimnisse zu lüften, die in den Daten des digitalen Marketings verborgen sind. Auf diese Weise werden die Studenten subtile Muster und Trends erkennen und Stimmungsanalysen durchführen, um die Wahrnehmung von Kampagnen und Produkten durch die Öffentlichkeit besser zu verstehen.

Darüber hinaus wird sich dieses akademische Programm auf die Analyse von Risiken und Chancen in Marketingstrategien konzentrieren und prädiktive Analysetools einsetzen, um Markt- und Wettbewerbstrends zu bewerten. Die Studenten werden auch in der Lage sein, Veränderungen in der kommerziellen Landschaft zu antizipieren und Strategien proaktiv anzupassen, um die Wirkung von Kampagnen zu maximieren.

Der Einsatz von künstlicher Intelligenz und Social-Media-Analysen mit Tools wie Brandwatch wird erforscht, um Marktnischen zu identifizieren, aufkommende Trends zu beobachten und Stimmungsanalysen in Echtzeit durchzuführen. All dies wird den Studenten einen umfassenden Überblick über die heutige digitale Landschaft vermitteln.

Dieses Online-Bildungsprogramm bietet uneingeschränkten Zugang von jedem Ort und zu jeder Zeit. Mit einem elektronischen Gerät und einer Internetverbindung stehen den Fachleuten alle Ressourcen zur Verfügung, die sie für den erfolgreichen Abschluss des Kurses benötigen. Außerdem basiert der Abschluss auf der *Relearning*-Methode, die sich auf die Wiederholung grundlegender Konzepte konzentriert, um ein effektiveres Verständnis und eine bessere Aufnahme des Inhalts zu ermöglichen.

Dieser **Universitätskurs in Analyse von Digitalen Marketingdaten mit Künstlicher Intelligenz** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Die hervorstechendsten Merkmale sind:

- Die Entwicklung von Fallstudien, die von Experten für die Datenanalyse im digitalen Marketing mit künstlicher Intelligenz vorgestellt werden
- Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt vermittelt alle für die berufliche Praxis unverzichtbaren wissenschaftlichen und praktischen Informationen
- Die praktischen Übungen, bei denen der Selbstbewertungsprozess zur Verbesserung des Lernens durchgeführt 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



Schreiben Sie sich jetzt ein und nutzen Sie alle Vorteile der künstlichen Intelligenz! Sie werden in der Lage sein, sich wiederholende Aufgaben zu automatisieren und intelligente Empfehlungen zur Verbesserung Ihrer Marketingkampagnen zu geben“

“

Sie werden fortgeschrittene Fähigkeiten erwerben, um Muster und Trends zu erkennen, die in Marketingdaten verborgen sind, und Stimmungsanalysen für Marken durchführen, um ein tiefes Verständnis für die Wahrnehmung des Publikums zu erlangen“

Das Dozententeam des Programms besteht aus Experten des Sektors, die ihre Berufserfahrung in diese Fortbildung einbringen, sowie aus renommierten Fachkräften von führenden Gesellschaften 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.

Mit einem praxisnahen und ergebnisorientierten Ansatz vermittelt Ihnen dieser Kurs die notwendigen Fähigkeiten, um den Herausforderungen des modernen Digitalen Marketings souverän und kompetent zu begegnen.

Durch prädiktive Analysen werden Sie in der Lage sein, Kampagnenergebnisse und Konversionen zu antizipieren, Anomalien zu identifizieren und das Kundenerlebnis zu optimieren. Worauf warten Sie noch, um sich einzuschreiben?



02 Ziele

Dieser Universitätskurs wird Fachleuten die notwendigen Fähigkeiten und Kenntnisse vermitteln, um das Potenzial von Daten im Bereich des digitalen Marketings zu nutzen. So werden sie während des gesamten Programms in fortgeschrittene Datenanalysetechniken eintauchen und lernen, Muster, Trends und versteckte Anomalien in großen Marketing-Datensätzen zu erkennen. Darüber hinaus werden sie sich auf die Anwendung von künstlicher Intelligenz und prädiktiver Analytik konzentrieren, um Kampagnenergebnisse vorherzusagen, das Kundenerlebnis zu optimieren und fundierte strategische Entscheidungen zu treffen.



“

Durch die besten didaktischen Materialien, die auf dem neuesten Stand der Technik und der Bildung sind, werden Sie zu einem hochkompetenten Experten in der Anwendung von Werkzeugen und Technologien der künstlichen Intelligenz“



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





Spezifische Ziele

- 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

“

Sie werden in der Lage sein, digitale Marketinginitiativen in einem zunehmend datengesteuerten Geschäftsumfeld effektiv zu leiten. Erreichen Sie Ihre Ziele dank TECH!”

03

Kursleitung

Die Dozenten dieses Studiengangs sind führende Experten auf diesem Gebiet und verfügen über eine einzigartige Kombination aus akademischer und praktischer Erfahrung. Ausgewählt aufgrund ihrer fundierten Kenntnisse in den Bereichen Datenanalyse, künstliche Intelligenz und digitales Marketing, bieten diese Fachleute den Studenten eine umfassende und aktuelle Perspektive auf die sich ständig weiterentwickelnde Branchenlandschaft. Mit dem Schwerpunkt auf der praktischen Anwendung theoretischer Konzepte werden die Mentoren die Studenten durch Fallstudien führen, die die Herausforderungen der heutigen Geschäftswelt widerspiegeln.



“

Das Engagement der Dozenten von TECH für akademische Exzellenz und berufliche Entwicklung wird dafür sorgen, dass Sie sich im Bereich der Analyse digitaler Marketingdaten mit künstlicher Intelligenz auszeichnen"

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 Fortgeschrittene 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 Universität 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

Dieser Studiengang bietet eine breite Palette von Inhalten, die darauf ausgerichtet sind, Fachleute mit den Fähigkeiten auszustatten, die sie benötigen, um sich im digitalen Marketing auszuzeichnen. Von den Grundlagen der Datenanalyse und künstlichen Intelligenz bis hin zu fortgeschrittenen Data-Mining-Techniken und maschinellem Lernen deckt der Lehrplan wichtige Themen ab, um die Macht der Daten im Marketing zu verstehen und zu nutzen. Darüber hinaus werden die Erkennung versteckter Muster und Trends, die Analyse der Markenstimmung, die Vorhersage der Kampagnenleistung, die Optimierung der Kundenerfahrung und die Risikoanalyse behandelt.



“

Erweitern Sie Ihr Wissen mit TECH und spezialisieren Sie sich auf den Einsatz von Tools der künstlichen Intelligenz und der Social-Media-Analyse, um Marktnischen und aufkommende Trends zu erkennen“

Modul 1. Analyse von digitalen Marketingdaten mit künstlicher Intelligenz

- 1.1. Künstliche Intelligenz in der Datenanalyse für Marketing mit Google Analytics
 - 1.1.1. Erweiterte Zielgruppenausrichtung
 - 1.1.2. Prädiktive Analyse von Trends mit künstlicher Intelligenz
 - 1.1.3. Preisoptimierung mit Hilfe von Tools der künstlichen Intelligenz
- 1.2. Automatisierte Verarbeitung und Analyse von großen Datenmengen mit RapidMiner
 - 1.2.1. Stimmungsanalyse der Marke
 - 1.2.2. Optimierung von Werbekampagnen
 - 1.2.3. Personalisierung von Inhalten und Nachrichten mit KI-Tools
- 1.3. Erkennen von verborgenen Mustern und Trends in Marketingdaten
 - 1.3.1. Erkennung von Verhaltensmustern
 - 1.3.2. Trenderkennung mit künstlicher Intelligenz
 - 1.3.3. Marketing-Attributionsanalyse
- 1.4. Erstellung von datengesteuerten *Insights* und Empfehlungen mit Data Robot
 - 1.4.1. Prädiktive Analyse durch künstliche Intelligenz
 - 1.4.2. Erweiterte Zielgruppensegmentierung
 - 1.4.3. Personalisierte Empfehlungen
- 1.5. Künstliche Intelligenz in der prädiktiven Analytik für das Marketing mit Sisense
 - 1.5.1. Optimierung von Preisen und Angeboten
 - 1.5.2. Stimmungs- und Meinungsanalyse mit künstlicher Intelligenz
 - 1.5.3. Automatisierung von Berichten und Analysen
- 1.6. Vorhersage von Kampagnenergebnissen und Konversionen
 - 1.6.1. Erkennung von Anomalien
 - 1.6.2. Optimierung des Kundenerlebnisses
 - 1.6.3. Wirkungsanalyse und Zuordnung
- 1.7. Risiko- und Chancenanalyse in Marketingstrategien
 - 1.7.1. Prädiktive Analytik von Markttrends
 - 1.7.2. Bewertung der Konkurrenz
 - 1.7.3. Analyse des Reputationsrisikos



- 1.8. Prognose des Absatzes und der Produktnachfrage mit ThoughtSpot
 - 1.8.1. Optimierung der Investitionsrendite (ROI)
 - 1.8.2. Analyse des Einhaltungsriskos
 - 1.8.3. Innovationsmöglichkeiten
- 1.9. Künstliche Intelligenz und Social-Media-Analysen mit Brandwatch
 - 1.9.1. Marktnischen und ihre Analyse mit künstlicher Intelligenz
 - 1.9.2. Beobachtung aufkommender Trends
- 1.10. Stimmungs- und Emotionsanalyse in sozialen Netzwerken mit Clarabridge
 - 1.10.1. Identifizierung von Einflussnehmern (*Influencern*) und Meinungsführern
 - 1.10.2. Überwachung der Markenreputation und Krisenerkennung

“ *Mit einem praxisnahen und ergebnisorientierten Ansatz bietet Ihnen diese Fortbildung eine solide Grundlage, um sich den Herausforderungen des Digitalen Marketings im Zeitalter der künstlichen Intelligenz zu stellen*”

05

Studienmethodik

TECH ist die erste Universität der Welt, die die Methodik der **case studies** mit **Relearning** kombiniert, einem 100%igen Online-Lernsystem, das auf geführten Wiederholungen basiert.

Diese disruptive pädagogische Strategie wurde entwickelt, um Fachleuten die Möglichkeit zu bieten, ihr Wissen zu aktualisieren und ihre Fähigkeiten auf intensive und gründliche Weise zu entwickeln. Ein Lernmodell, das den Studenten in den Mittelpunkt des akademischen Prozesses stellt und ihm die Hauptrolle zuweist, indem es sich an seine Bedürfnisse anpasst und die herkömmlichen Methoden beiseite lässt.



“

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

Der Student: die Priorität aller Programme von TECH

Bei der Studienmethodik von TECH steht der Student im Mittelpunkt.

Die pädagogischen Instrumente jedes Programms wurden unter Berücksichtigung der Anforderungen an Zeit, Verfügbarkeit und akademische Genauigkeit ausgewählt, die heutzutage nicht nur von den Studenten, sondern auch von den am stärksten umkämpften Stellen auf dem Markt verlangt werden.

Beim asynchronen Bildungsmodell von TECH entscheidet der Student selbst, wie viel Zeit er mit dem Lernen verbringt und wie er seinen Tagesablauf gestaltet, und das alles bequem von einem elektronischen Gerät seiner Wahl aus. Der Student muss nicht an Präsenzveranstaltungen teilnehmen, die er oft nicht wahrnehmen kann. Die Lernaktivitäten werden nach eigenem Ermessen durchgeführt. Er kann jederzeit entscheiden, wann und von wo aus er lernen möchte.



*Bei TECH gibt es KEINE Präsenzveranstaltungen
(an denen man nie teilnehmen kann)*



Die international umfassendsten Lehrpläne

TECH zeichnet sich dadurch aus, dass sie die umfassendsten Studiengänge im universitären Umfeld anbietet. Dieser Umfang wird durch die Erstellung von Lehrplänen erreicht, die nicht nur die wesentlichen Kenntnisse, sondern auch die neuesten Innovationen in jedem Bereich abdecken.

Durch ihre ständige Aktualisierung ermöglichen diese Programme den Studenten, mit den Veränderungen des Marktes Schritt zu halten und die von den Arbeitgebern am meisten geschätzten Fähigkeiten zu erwerben. Auf diese Weise erhalten die Studenten, die ihr Studium bei TECH absolvieren, eine umfassende Vorbereitung, die ihnen einen bedeutenden Wettbewerbsvorteil verschafft, um in ihrer beruflichen Laufbahn voranzukommen.

Und das von jedem Gerät aus, ob PC, Tablet oder Smartphone.

“

Das Modell der TECH ist asynchron, d. h. Sie können an Ihrem PC, Tablet oder Smartphone studieren, wo immer Sie wollen, wann immer Sie wollen und so lange Sie wollen“

Case studies oder Fallmethode

Die Fallmethode ist das am weitesten verbreitete Lernsystem an den besten Wirtschaftshochschulen der Welt. Sie wurde 1912 entwickelt, damit Studenten der Rechtswissenschaften das Recht nicht nur auf der Grundlage theoretischer Inhalte erlernten, sondern auch mit realen komplexen Situationen konfrontiert wurden. Auf diese Weise konnten sie fundierte Entscheidungen treffen und Werturteile darüber fällen, wie diese zu lösen sind. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard etabliert.

Bei diesem Lehrmodell ist es der Student selbst, der durch Strategien wie *Learning by doing* oder *Design Thinking*, die von anderen renommierten Einrichtungen wie Yale oder Stanford angewandt werden, seine berufliche Kompetenz aufbaut.

Diese handlungsorientierte Methode wird während des gesamten Studiengangs angewandt, den der Student bei TECH absolviert. Auf diese Weise wird er mit zahlreichen realen Situationen konfrontiert und muss Wissen integrieren, recherchieren, argumentieren und seine Ideen und Entscheidungen verteidigen. All dies unter der Prämisse, eine Antwort auf die Frage zu finden, wie er sich verhalten würde, wenn er in seiner täglichen Arbeit mit spezifischen, komplexen Ereignissen konfrontiert würde.



Relearning-Methode

Bei TECH werden die *case studies* mit der besten 100%igen Online-Lernmethode ergänzt: *Relearning*.

Diese Methode bricht mit traditionellen Lehrmethoden, um den Studenten in den Mittelpunkt zu stellen und ihm die besten Inhalte in verschiedenen Formaten zu vermitteln. Auf diese Weise kann er die wichtigsten Konzepte der einzelnen Fächer wiederholen und lernen, sie in einem realen Umfeld anzuwenden.

In diesem Sinne und gemäß zahlreicher wissenschaftlicher Untersuchungen ist die Wiederholung der beste Weg, um zu lernen. Aus diesem Grund bietet TECH zwischen 8 und 16 Wiederholungen jedes zentralen Konzepts innerhalb ein und derselben Lektion, die auf unterschiedliche Weise präsentiert werden, um sicherzustellen, dass das Wissen während des Lernprozesses vollständig gefestigt wird.

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.



Ein 100%iger virtueller Online-Campus mit den besten didaktischen Ressourcen

Um seine Methodik wirksam anzuwenden, konzentriert sich TECH darauf, den Studenten Lehrmaterial in verschiedenen Formaten zur Verfügung zu stellen: Texte, interaktive Videos, Illustrationen und Wissenskarten, um nur einige zu nennen. Sie alle werden von qualifizierten Lehrkräften entwickelt, die ihre Arbeit darauf ausrichten, reale Fälle mit der Lösung komplexer Situationen durch Simulationen, dem Studium von Zusammenhängen, die für jede berufliche Laufbahn gelten, und dem Lernen durch Wiederholung mittels Audios, Präsentationen, Animationen, Bildern usw. zu verbinden.

Die neuesten wissenschaftlichen Erkenntnisse auf dem Gebiet der Neurowissenschaften weisen darauf hin, dass es wichtig ist, den Ort und den Kontext, in dem der Inhalt abgerufen wird, zu berücksichtigen, bevor ein neuer Lernprozess beginnt. Die Möglichkeit, diese Variablen individuell anzupassen, hilft den Menschen, sich zu erinnern und Wissen im Hippocampus zu speichern, um es langfristig zu behalten. Dies ist ein Modell, das als *Neurocognitive context-dependent e-learning* bezeichnet wird und in diesem Hochschulstudium bewusst angewendet wird.

Zum anderen, auch um den Kontakt zwischen Mentor und Student so weit wie möglich zu begünstigen, wird eine breite Palette von Kommunikationsmöglichkeiten angeboten, sowohl in Echtzeit als auch zeitversetzt (internes Messaging, Diskussionsforen, Telefondienst, E-Mail-Kontakt mit dem technischen Sekretariat, Chat und Videokonferenzen).

Darüber hinaus wird dieser sehr vollständige virtuelle Campus den Studenten der TECH die Möglichkeit geben, ihre Studienzeiten entsprechend ihrer persönlichen Verfügbarkeit oder ihren beruflichen Verpflichtungen zu organisieren. Auf diese Weise haben sie eine globale Kontrolle über die akademischen Inhalte und ihre didaktischen Hilfsmittel, in Übereinstimmung mit ihrer beschleunigten beruflichen Weiterbildung.



Der Online-Studienmodus dieses Programms wird es Ihnen ermöglichen, Ihre Zeit und Ihr Lerntempo zu organisieren und an Ihren Zeitplan anzupassen“

Die Wirksamkeit der Methode wird durch vier Schlüsselergebnisse belegt:

1. Studenten, die diese Methode anwenden, nehmen nicht nur Konzepte auf, sondern entwickeln auch ihre geistigen Fähigkeiten durch Übungen zur Bewertung realer Situationen und zur Anwendung ihres Wissens.
2. Das Lernen basiert auf praktischen Fähigkeiten, die es den Studenten ermöglichen, sich besser in die reale Welt zu integrieren.
3. Eine einfachere und effizientere Aufnahme von Ideen und Konzepten wird durch die Verwendung von Situationen erreicht, die aus der Realität entstanden sind.
4. Das Gefühl der Effizienz der investierten Anstrengung wird zu einem sehr wichtigen Anreiz für die Studenten, was sich in einem größeren Interesse am Lernen und einer Steigerung der Zeit, die für die Arbeit am Kurs aufgewendet wird, niederschlägt.

Die von ihren Studenten am besten bewertete Hochschulmethodik

Die Ergebnisse dieses innovativen akademischen Modells lassen sich an der Gesamtzufriedenheit der Absolventen der TECH ablesen.

Die Studenten bewerten die Qualität der Lehre, die Qualität der Materialien, die Kursstruktur und die Ziele als hervorragend. So überrascht es nicht, dass die Einrichtung von ihren Studenten auf der Bewertungsplattform Trustpilot mit 4,9 von 5 Punkten am besten bewertet wurde.

Sie können von jedem Gerät mit Internetanschluss (Computer, Tablet, Smartphone) auf die Studieninhalte zugreifen, da TECH in Sachen Technologie und Pädagogik führend ist.

Sie werden die Vorteile des Zugangs zu simulierten Lernumgebungen und des Lernens durch Beobachtung, d. h. Learning from an expert, nutzen können.



In diesem Programm stehen Ihnen die besten Lehrmaterialien zur Verfügung, die sorgfältig vorbereitet wurden:



Studienmaterial

Alle didaktischen Inhalte werden von den Fachkräfte, 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 ein audiovisuelles Format übertragen, das unsere Online-Arbeitsweise mit den neuesten Techniken ermöglicht, die es uns erlauben, Ihnen eine hohe Qualität in jedem der Stücke zu bieten, die wir Ihnen zur Verfügung stellen werden.



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.



Interaktive Zusammenfassungen

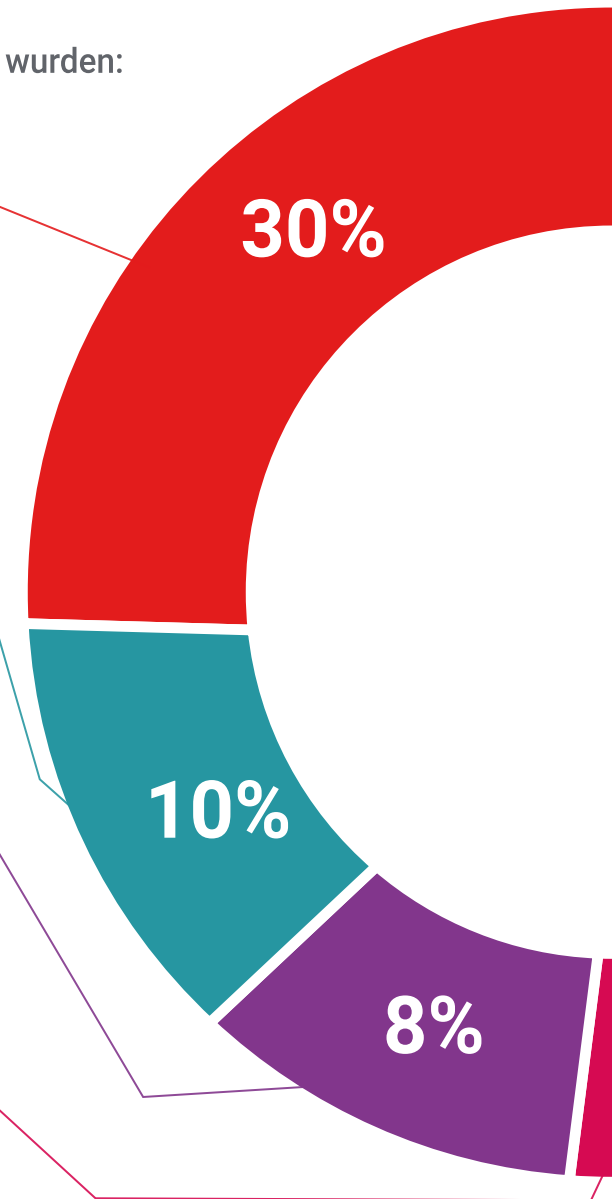
Wir präsentieren die Inhalte auf attraktive und dynamische Weise in multimedialen Pillen, Audios, Videos, Bilder, Diagramme und konzeptionelle Karten enthalten, um das Wissen zu festigen.

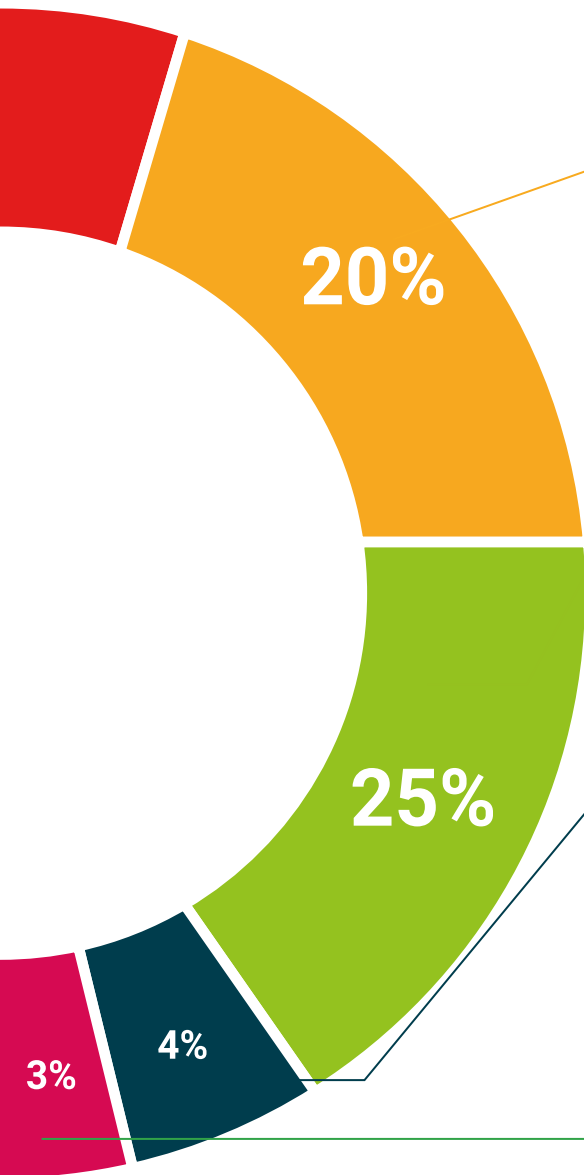
Dieses einzigartige System für die Präsentation multimedialer Inhalte wurde von Microsoft als „Europäische Erfolgsgeschichte“ ausgezeichnet.



Weitere Lektüren

Aktuelle Artikel, Konsensdokumente, internationale Leitfäden... In unserer virtuellen Bibliothek haben Sie Zugang zu allem, was Sie für Ihre Ausbildung benötigen.





Case Studies

Sie werden eine Auswahl der besten case studies zu diesem Thema bearbeiten. Die Fälle werden von den besten Spezialisten der internationalen Szene präsentiert, analysiert und betreut.



Testing & Retesting

Während des gesamten Programms werden Ihre Kenntnisse in regelmäßigen Abständen getestet und wiederholt. Wir tun dies auf 3 der 4 Ebenen der Millerschen Pyramide.



Classes

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt. Das sogenannte Learning from an Expert stärkt das Wissen und das Gedächtnis und schafft Vertrauen in unsere zukünftigen schwierigen Entscheidungen.



Quick Action Guides

TECH bietet die wichtigsten Inhalte des Kurses in Form von Arbeitsblättern oder Kurzanleitungen an. Ein synthetischer, praktischer und effektiver Weg, um dem Studenten zu helfen, in seinem Lernen voranzukommen.



06

Qualifizierung

Der Universitätskurs in Analyse von Digitalen Marketingdaten 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 **Universitätskurs in Analyse von Digitalen Marketingdaten mit Künstlicher Intelligenz** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

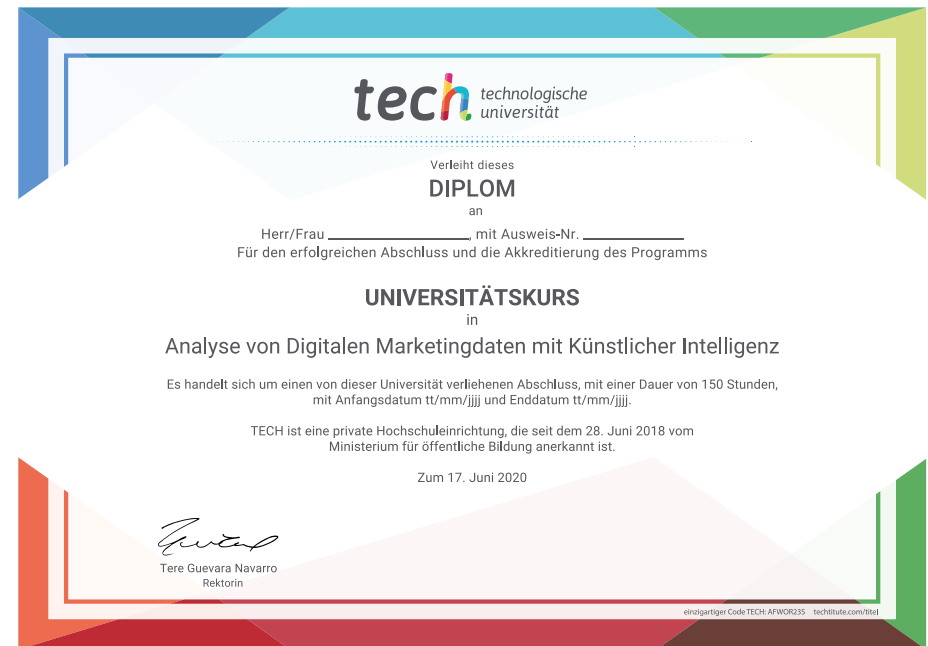
Sobald der Student die Prüfungen bestanden hat, erhält er/sie per Post* mit Empfangsbestätigung das entsprechende Diplom, ausgestellt von der **TECH Technologischen Universität**.

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: **Universitätskurs in Analyse von Digitalen Marketingdaten mit Künstlicher Intelligenz**

Modalität: **online**

Dauer: **6 Wochen**



*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

Analyse von Digitalen
Marketingdaten mit
Künstlicher Intelligenz

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

Universitätskurs

Analyse von Digitalen
Marketingdaten mit
Künstlicher Intelligenz