

Universitätskurs

Anwendung von Künstlicher
Intelligenz zur Verbesserung
der Benutzererfahrung
im Digitalen Marketing



Universitätskurs

Anwendung von Künstlicher
Intelligenz zur Verbesserung
der Benutzererfahrung
im Digitalen Marketing

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

Internetzugang: www.techtitude.com/de/kunstliche-intelligenz/universitatskurs/anwendung-kunstlicher-intelligenz-verbesserung-benutzererfahrung-digitalen-marketing

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 Anwendung von künstlicher Intelligenz im digitalen Marketing bietet eine Reihe von bedeutenden Vorteilen zur Verbesserung der Nutzererfahrung. Dank fortschrittlicher Algorithmen für maschinelles Lernen können Unternehmen große Datenmengen analysieren, um die Vorlieben und das Verhalten der Nutzer besser zu verstehen. Dies ermöglicht die präzise Personalisierung von Inhalten und Angeboten und erhöht die Relevanz und Wirkung von Werbekampagnen. Darüber hinaus kann die KI Prozesse wie das Targeting von Zielgruppen, den Versand personalisierter Nachrichten und die Optimierung von Kampagnen in Echtzeit automatisieren. Aus diesem Grund hat TECH dieses 100%ige Online-Programm eingeführt, das auf der revolutionären *Relearning*-Methode beruht und ein vollständiges Verständnis der behandelten Themen gewährleistet.





“

Die Integration von künstlicher Intelligenz ermöglicht es Ihnen, eine zufriedenstellendere Nutzererfahrung zu integrieren und die Beziehung zwischen Ihrer Marke und Ihren Kunden zu stärken. Mit Inhalten, die auf der innovativen Relearning-Methode basieren!“

Durch die Analyse großer Datenmengen ermöglicht die Künstliche Intelligenz eine präzise und dynamische Personalisierung von Inhalten und Empfehlungen, die sich an die Interessen und Bedürfnisse jedes Einzelnen anpassen. Auf diese Weise können KI-Algorithmen Verhaltensweisen und Vorlieben vorhersagen, Marketingstrategien optimieren und die Relevanz von Interaktionen verbessern.

Dies führt zu einer größeren Effizienz bei der Übermittlung von Botschaften und erhöht die Kundenbindung, die Loyalität und den Erfolg von digitalen Kampagnen.

In diesem Zusammenhang hat TECH diesen Universitätskurs in Anwendung von Künstlicher Intelligenz zur Verbesserung der Benutzererfahrung im Digitalen Marketing konzipiert. Auf diese Weise werden Fachleute in der Lage sein, die künstliche Intelligenz zu nutzen, um das Nutzererlebnis an das Verhalten und die Vorlieben der Kunden anzupassen und so eine effektivere und relevantere Kommunikation zu ermöglichen. Darüber hinaus wird die Optimierung der Website-Navigation und der Benutzerfreundlichkeit durch die vorausschauende Analyse des Nutzerverhaltens und die Prozessautomatisierung behandelt.

Außerdem werden die Implementierung personalisierter Angebote und Produktempfehlungen sowie die Automatisierung von *Tracking* und *Retargeting* unter Anwendung fortschrittlicher digitaler Marketingstrategien erforscht. Die Kundenzufriedenheit wird ebenfalls verfolgt und durch Stimmungsanalyse mit KI-Tools und Verfolgung von Schlüsselmetriken vorhergesagt, was einen ganzheitlichen Überblick über die Leistung bietet und eine fundierte Entscheidungsfindung ermöglicht. Schließlich werden die Entwicklung und das Training von *Chatbots* für den Kundenservice, die Automatisierung von Umfragen und Zufriedenheitsfragebögen erforscht.

Dieses Online-Lernprogramm verspricht also, von überall und jederzeit frei zugänglich zu sein. Die Teilnehmer benötigen lediglich ein elektronisches Gerät mit Internetanschluss, um alle wichtigen Materialien und Ressourcen für den erfolgreichen Abschluss des Kurses zur Hand zu haben. Darüber hinaus basiert es auf der *Relearning*-Methode, die sich auf die Wiederholung von Schlüsselkonzepten konzentriert, um ein optimales Verständnis und die Aufnahme des Inhalts zu erleichtern.

Dieser **Universitätsexperte in Anwendung von Künstlicher Intelligenz zur Verbesserung der Benutzererfahrung im Digitalen Marketing** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Die hervorstechendsten Merkmale sind:

- Die Entwicklung von Fallstudien, die von Experten auf dem Gebiet der Anwendung von künstlicher Intelligenz zur Verbesserung der Benutzererfahrung im digitalen Marketing vorgestellt werden
- Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt vermittelt alle für die berufliche Praxis unverzichtbaren wissenschaftlichen und praktischen Informationen
- Er enthält praktische Übungen, in denen der Selbstbewertungsprozess durchgeführt werden kann, um das Lernen zu verbessern
- 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



Dieser 100%ige Online-Universitätskurs bietet Ihnen eine umfassende Fortbildung in den neuesten Techniken und Werkzeugen zur Personalisierung und Optimierung Ihrer Interaktion mit den Benutzern. Schreiben Sie sich jetzt ein!"

“

Mithilfe von didaktischem Material, das technologisch und pädagogisch auf dem neuesten Stand ist, werden Sie personalisierte Angebote und Produktempfehlungen einführen und das Follow-up und Retargeting automatisieren“

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.

Befassen Sie sich mit der Optimierung der Navigation und der Benutzerfreundlichkeit Ihrer Website, indem Sie Techniken zur vorausschauenden Analyse des Nutzerverhaltens und zur Prozessautomatisierung einsetzen.

Nutzen Sie die Integration von Echtzeit-Feedback über Plattformen wie Itercom und Chatfuel, um das Nutzererlebnis kontinuierlich und proaktiv zu verbessern.



02 Ziele

Dieser Universitätskurs vermittelt den Studenten ein tiefes und praktisches Verständnis dafür, wie künstliche Intelligenz effektiv eingesetzt werden kann, um das Nutzererlebnis im Bereich des digitalen Marketings zu verbessern. So werden die Studenten die notwendigen Fähigkeiten erwerben, um das Nutzererlebnis entsprechend ihrem Verhalten und ihren Vorlieben zu personalisieren und die Navigation und Benutzerfreundlichkeit der Website zu optimieren. Darüber hinaus werden sie personalisierte Angebote und Produktempfehlungen implementieren und die Kundenzufriedenheit durch Stimmungsanalysen überwachen und vorhersagen.





“

Ziel dieses Universitätskurses ist es, Sie in die Lage zu versetzen, effektivere und nutzerzentrierte digitale Marketingstrategien zu entwickeln und dabei das Potenzial der künstlichen Intelligenz optimal zu nutzen"



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

- ◆ Personalisieren des Nutzererlebnisses auf der Grundlage des Nutzerverhaltens und der Vorlieben mithilfe von künstlicher Intelligenz
- ◆ Optimieren der Website-Navigation und der Benutzerfreundlichkeit mithilfe von künstlicher Intelligenz, einschließlich prädiktiver Analysen des Nutzerverhaltens und Prozessautomatisierung
- ◆ Implementieren von personalisierten Angeboten und Produktempfehlungen, Automatisierung von *Tracking* und *Retargeting* sowie Optimierung des Kundenservices
- ◆ Verfolgen und Vorhersagen der Kundenzufriedenheit durch Stimmungsanalyse mit KI-Tools und Überwachen von Schlüsselmetriken
- ◆ Entwickeln und Trainieren von *Chatbots* für den Kundenservice mit *Itecom*, Automatisieren von Zufriedenheitsumfragen und Fragebögen sowie Integrieren von *Echtzeit-Feedback*
- ◆ Automatisieren von Antworten auf häufige Anfragen mit *Chatfuel*, einschließlich der Analyse von Wettbewerbern und der Generierung von Anfragen/Antworten mittels künstlicher Intelligenz



Sie werden das Nutzererlebnis durch intelligente Datenanalyse effektiv personalisieren und Strategien und Inhalte auf der Grundlage des individuellen Verhaltens und der Vorlieben dynamisch anpassen“

03

Kursleitung

Die Dozenten dieses Universitätskurses sind echte Experten an der Schnittstelle von künstlicher Intelligenz und digitalem Marketing und verfügen über umfangreiche Erfahrungen sowohl in der Industrie als auch in der akademischen Forschung. Darüber hinaus verfügen sie über Kenntnisse der neuesten Trends und Technologien im Bereich der künstlichen Intelligenz sowie über ein solides Verständnis der grundlegenden Prinzipien des digitalen Marketings und der Benutzererfahrung. Sie engagieren sich für eine qualitativ hochwertige Lehre, indem sie innovative pädagogische Ansätze und relevante Fallstudien verwenden.



“

Der Lehrkörper dieses Studiengangs wird Ihnen die praktischen Fähigkeiten und das theoretische Wissen vermitteln, das Sie benötigen, um in diesem sich ständig weiterentwickelnden Bereich hervorragende Leistungen zu erbringen“

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 Universitätskurs bietet eine gründliche Erkundung der grundlegenden Techniken und Werkzeuge zur Optimierung der Interaktion zwischen Nutzern und digitalen Plattformen. Von der dynamischen Personalisierung von Inhalten bis hin zur Automatisierung von Prozessen erwerben Fachleute die Fähigkeit, *Digital-Marketing*-Strategien an das Verhalten und die Vorlieben der einzelnen Nutzer anzupassen. Darüber hinaus werden sie sich mit der prädiktiven Analyse des Nutzerverhaltens, der Implementierung personalisierter Angebote und dem Einsatz fortschrittlicher *Chatbots* zur Verbesserung des Kundenservices befassen.



“

Dank einer umfangreichen Bibliothek mit innovativen Multimedia-Ressourcen werden Sie das Tracking und die Analyse von Schlüsselmetriken für die Kundenzufriedenheit abdecken“

Modul 1. Künstliche Intelligenz und Benutzererfahrung im digitalen Marketing

- 1.1. Personalisierung des Nutzererlebnisses auf der Grundlage von Verhalten und Vorlieben
 - 1.1.1. Personalisierung von Inhalten dank künstlicher Intelligenz
 - 1.1.2. Virtuelle Assistenten und *Chatbots* mit Cognigy
 - 1.1.3. Intelligente Empfehlungen
- 1.2. Optimierung von Website-Navigation und *Usability* mit künstlicher Intelligenz
 - 1.2.1. Optimierung der Benutzeroberfläche
 - 1.2.2. Prädiktive Analyse des Nutzerverhaltens
 - 1.2.3. Automatisierung von sich wiederholenden Prozessen
- 1.3. Virtuelle Assistenz und automatisierte Kundenbetreuung mit Dialogflow
 - 1.3.1. Künstliche Intelligenz, Stimmungs- und Gefühlsanalyse
 - 1.3.2. Problemerkennung und -vermeidung
 - 1.3.3. Automatisierung des Kundendienstes mit künstlicher Intelligenz
- 1.4. Künstliche Intelligenz und Personalisierung des Kundenerlebnisses mit Zendesk Chat
 - 1.4.1. Personalisierte Produktempfehlung
 - 1.4.2. Personalisierte Inhalte und künstliche Intelligenz
 - 1.4.3. Personalisierte Kommunikation
- 1.5. Erstellung von Kundenprofilen in Echtzeit
 - 1.5.1. Personalisierte Angebote und Werbeaktionen
 - 1.5.2. Optimierung der Benutzererfahrung
 - 1.5.3. Erweiterte Zielgruppensegmentierung
- 1.6. Personalisierte Angebote und Produktempfehlungen
 - 1.6.1. Automatisierung von *Tracking* und *Retargeting*
 - 1.6.2. Personalisiertes *Feedback* und Umfragen
 - 1.6.3. Optimierung des Kundendienstes
- 1.7. Überwachung und Vorhersage der Kundenzufriedenheit
 - 1.7.1. Stimmungsanalyse mit Tools der künstlichen Intelligenz
 - 1.7.2. Überwachung der wichtigsten Kundenzufriedenheitsmetriken
 - 1.7.3. Analyse von Kommentaren mit Werkzeugen der künstlichen Intelligenz



- 1.8. Künstliche Intelligenz und *Chatbots* in der Kundenbetreuung mit Ada Support
 - 1.8.1. Erkennung von unzufriedenen Kunden
 - 1.8.2. Vorhersage der Kundenzufriedenheit
 - 1.8.3. Personalisierung des Kundendienstes mit künstlicher Intelligenz
- 1.9. Entwicklung und Training von *Chatbots* für den Kundendienst mit Itercom
 - 1.9.1. Automatisierung von Zufriedenheitsumfragen und Fragebögen
 - 1.9.2. Analyse der Kundeninteraktion mit dem Produkt/Dienstleistung
 - 1.9.3. Integration von Echtzeit-Feedback mit künstlicher Intelligenz
- 1.10. Automatisierung von Antworten auf häufige Anfragen mit Chatfuel
 - 1.10.1. Analyse der Konkurrenz
 - 1.10.2. *Feedbacks* und Antworten
 - 1.10.3. Generierung von Abfragen/Antworten mit Tools der künstlichen Intelligenz

“*Sie lernen Techniken zur Integration von Echtzeit-Feedback kennen, die Ihnen eine solide Grundlage für die Gestaltung außergewöhnlicher und kosteneffizienter digitaler Erlebnisse bieten*“



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.

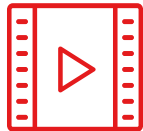
Die Studenten bewerten die Qualität der Lehre, die Qualität der Materialien, die Kursstruktur und die Ziele als hervorragend. So überrascht es nicht, dass die Einrichtung von ihren Studenten auf der Bewertungsplattform Trustpilot mit 4,9 von 5 Punkten am besten bewertet wurde.

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

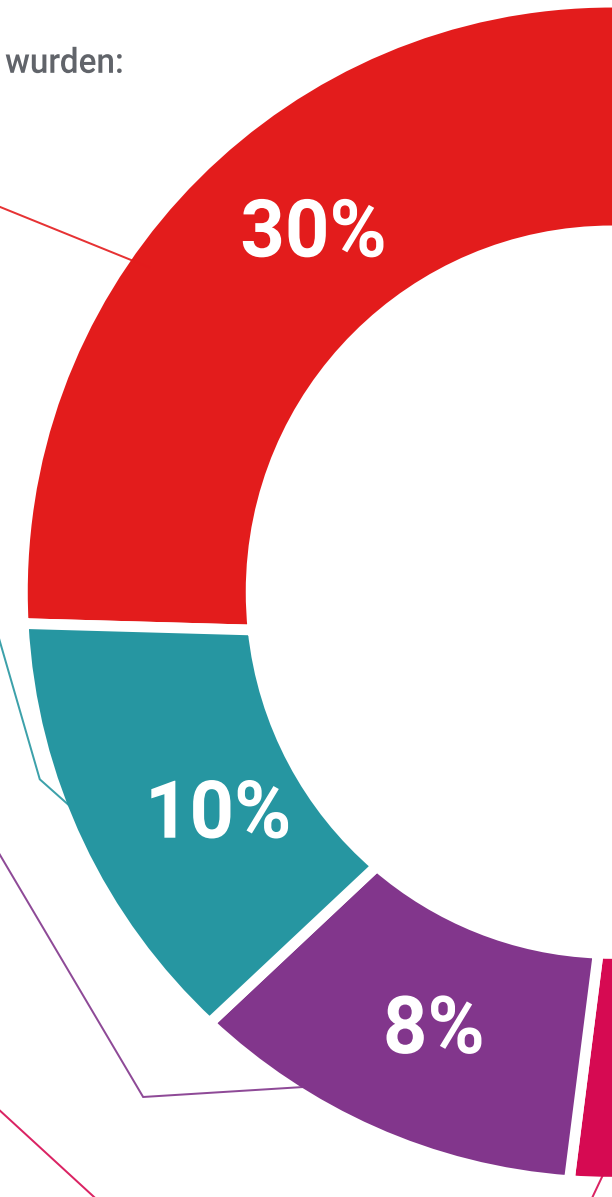
Wir präsentieren die Inhalte auf attraktive und dynamische Weise in multimedialen Pillen, Audios, Videos, Bilder, Diagramme und konzeptionelle Karten enthalten, um das Wissen zu festigen.

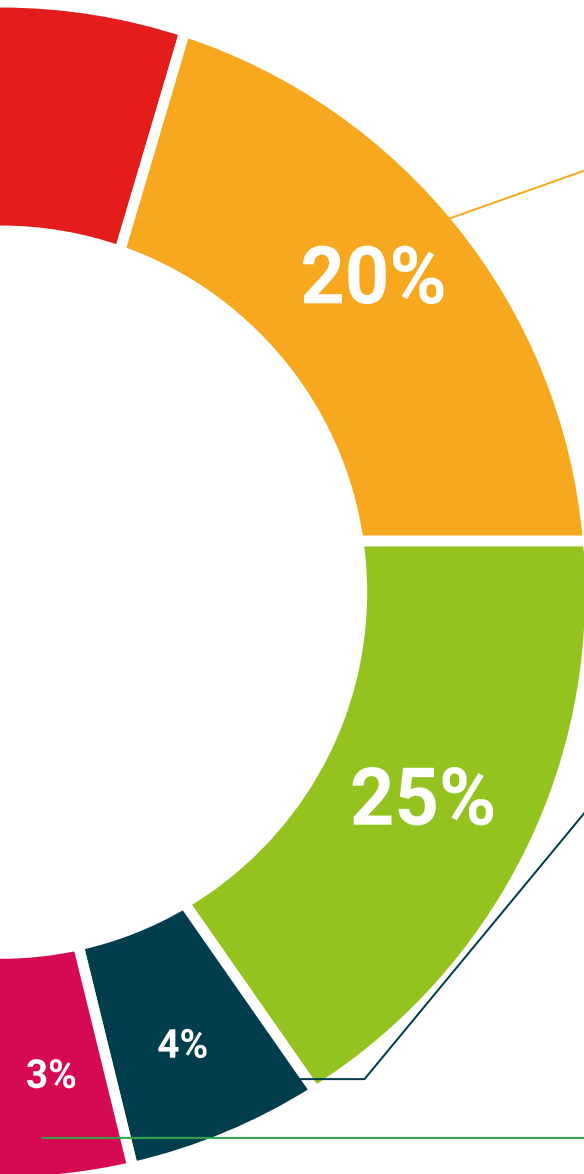
Dieses einzigartige System für die Präsentation multimedialer Inhalte wurde von Microsoft als „Europäische Erfolgsgeschichte“ ausgezeichnet.



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 Anwendung von Künstlicher Intelligenz zur Verbesserung der Benutzererfahrung im Digitalen Marketing garantiert neben der präzisesten und aktuellsten Fortbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologischen Universität ausgestellten Diplom.



“

*Schließen Sie dieses Programm erfolgreich ab
und erhalten Sie Ihren Universitätsabschluss
ohne lästige Reisen oder Formalitäten”*

Dieser **Universitätskurs in Anwendung von Künstlicher Intelligenz zur Verbesserung der Benutzererfahrung im Digitalen Marketing** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

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

Das von **TECH Technologische Universität** ausgestellte Diplom drückt die erworbene Qualifikation aus und entspricht den Anforderungen, die in der Regel von Stellenbörsen, Auswahlprüfungen und Berufsbildungsausschüssen verlangt werden.

Titel: **Universitätskurs in Anwendung von Künstlicher Intelligenz zur Verbesserung der Benutzererfahrung im Digitalen Marketing**

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

tech technologische
universität

Universitätskurs

Anwendung von Künstlicher
Intelligenz zur Verbesserung
der Benutzererfahrung
im Digitalen Marketing

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

Universitätskurs

Anwendung von Künstlicher
Intelligenz zur Verbesserung
der Benutzererfahrung
im Digitalen Marketing