

Universitätskurs

Marketing und Kommunikation im Sport

Von der NBA unterstützt:





tech technologische
universität

Universitätskurs Marketing und Kommunikation im Sport

Modalität: Online

Dauer: 6 Wochen

Qualifizierung: TECH Technologische Universität

Unterrichtsstunden: 150 Std.

Internetzugang: www.techtitute.com/de/physiotherapie/universitatskurs/marketing-kommunikation-sport

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Kursleitung

Seite 12

04

Struktur und Inhalt

Seite 16

05

Methodik

Seite 20

06

Qualifizierung

Seite 28

01 Präsentation

Effektive Kommunikation ist für den Manager eines Sportzentrums von grundlegender Bedeutung, vor allem angesichts der großen Menge an Informationen, die täglich in der Welt zirkulieren, mit einer unendlichen Anzahl an Artikeln und Videos, die in diesem Sektor veröffentlicht werden. Um die Studenten auf diese Situationen vorzubereiten, hat TECH ein Programm entwickelt, das sich auf Marketing und Kommunikation konzentriert und es ihnen ermöglicht, ihre Kommunikationsfähigkeiten zu entwickeln und zu verstehen, wie man einen Marketingplan erstellt, eine *Branding*-Strategie ausarbeitet und alle Aspekte, die mit diesem Bereich zusammenhängen.





“

*Verbessern Sie Ihre
Kommunikationsfähigkeiten im Sport mit
einem Programm, das darauf ausgerichtet
ist, Ihre Fähigkeiten zu verbessern"*

Marketing ist in den letzten Jahren zu einem wichtigen Pfeiler in fast jedem Unternehmen geworden, so auch im Sport. Kommunikationsstrategien tragen dazu bei, die Sichtbarkeit einer Sportmannschaft zu erhöhen und verschiedene Situationen durch die Veröffentlichung von Nachrichten, Artikeln und Videos über den Sektor zu bewältigen. In diesem Sinne muss der Leiter eines Sportzentrums die geeigneten Strategien kennen, um eine gute Marketing- und Werbesponsoringstrategie umzusetzen.

Aus diesem Grund wurde ein Programm entwickelt, das den Studenten in Marketing und Kommunikation im Sport einführt. Auf diese Weise wird die Fachkraft, die eine Sporteinrichtung leiten möchte, die Grundlagen der Sportkommunikation verstehen und wissen, wie das Marketing es ihm ermöglicht, bessere *Branding*-Strategien und Markenentwicklungen durchzuführen.

Der gesamte Inhalt ist zu 100% online verfügbar, so dass der Student ihn bequem überall und jederzeit studieren kann. Alles, was er benötigt, ist ein Gerät mit Internetzugang, um seine Karriere voranzutreiben. Eine zeitgemäße Modalität mit allen Garantien, um ihn in einem sehr gefragten Sektor zu positionieren.

Dieser **Universitätskurs in Marketing und Kommunikation im Sport** enthält das vollständigste und aktuellste wissenschaftliche Programm auf dem Markt. Die hervorstechendsten Merkmale der Fortbildung sind:

- Die Entwicklung zahlreicher Fallstudien, die von Fachleuten in Marketing und Kommunikation im Sport vorgestellt werden
- Die anschaulichen, schematischen und äußerst praxisnahen Inhalte, mit denen sie konzipiert ist, enthalten die wesentlichen Informationen für die berufliche Praxis
- Übungen, bei denen der Selbstbewertungsprozess durchgeführt werden kann, um das Lernen zu verbessern
- Das interaktive, auf Algorithmen basierende Lernsystem für die Entscheidungsfindung
- Sein besonderer Schwerpunkt liegt auf innovativen Methoden für das persönliche Training
- 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



Bringen Sie Ihre Karriere auf ein neues Niveau und werden Sie ein Sportdirektor, der die rechtlichen Regeln des Zentrums kennt, das er leitet"

“

Lernen Sie wirksame Methoden zur Umsetzung eines Marketingplans kennen, um eine Sportmannschaft sichtbar zu machen"

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

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

Dieses akademische Programm konzentriert sich auf die Verbesserung Ihrer Kommunikationsfähigkeiten als Direktor eines Sportzentrums.

Verbessern Sie Ihre Branding-Strategien und Markenentwicklung mit einem 100% Online-Programm.



02 Ziele

Das Hauptziel dieses Universitätskurses ist es, die Kommunikationsfähigkeiten zukünftiger Sportmanager zu verbessern. Daher lernen die Studenten alle Details, die für einen erfolgreichen Sportmanager unerlässlich sind, während sie gleichzeitig verstehen, wie ein Marketingplan und die Sportkommunikation funktionieren. Folglich wird akademische Exzellenz garantiert, die unabdingbar ist, um dem professionellen Profil zu entsprechen, das in dieser Art von Einrichtungen auf internationaler Ebene gefordert wird.



“

Nehmen Sie an einem Programm teil, das sich darauf konzentriert, Ihre beruflichen Ziele durch die Erstellung eines exzellenten Marketingplans zu erreichen"



Allgemeines Ziel

- Vermitteln von Wissen über das Umfeld und den Sportmarkt
- Bilden von Fachleuten, die für eine Tätigkeit in der Sportbranche vorbereitet sind
- Ein erfolgreicher Sportmanager werden
- Ausbilden von Managern, Führungskräften und zukünftigen Managern von Sportorganisationen
- Kennenl des nationalen und internationalen Marktes, mit praktischen Erfahrungen der Fachleute, die zum Dozententeam gehören
- Verstehen, dass der Sport ein Wirtschafts- und Geschäftssektor ist, der sich von jedem anderen Sektor unterscheidet, mit seinen Besonderheiten und Eigenheiten



Dieser Universitätskurs wird die beste Gelegenheit sein, das Sportsponsoring als Direktor einer Sporteinrichtung zu verstehen"





Spezifische Ziele

- ◆ Verstehen des nationalen und internationalen Sportökosystems
- ◆ Verstehen der verschiedenen Akteure im Sport auf internationaler und nationaler Ebene
- ◆ Verstehen der bestehenden Arbeitsbeziehungen in der Welt des Sports
- ◆ Lernen über Strategie im Sport
- ◆ Erwerben von Kenntnissen über Sportmarketing und Erstellen und Entwickeln eines Marketingplans
- ◆ Verstehen der Bedeutung von Kommunikation im Sport
- ◆ Kennen der Schritte und Etappen für die Durchführung einer Sportveranstaltung
- ◆ Verstehen der neuen Formen des Sportbusiness sowie der innovativsten Techniken
- ◆ Wecken von Interesse an Innovationen und neuen Trends im Sportmanagement
- ◆ Erweitern der Führungsqualitäten in einer Sportorganisation und Lernen, wie man Menschen in diesem Bereich richtig führt

03

Kursleitung

Das Dozententeam, das für die Entwicklung des Universitätskurses in Marketing und Kommunikation im Sport zusammengestellt wurde, wird den zukünftigen Studenten die Möglichkeit bieten, die beste Weiterbildung in diesem Handlungsfeld zu erhalten. Daher verfügt dieses Programm über ein hochqualifiziertes Team mit umfassender Erfahrung in diesem Sektor, das den Studenten die besten Instrumente für die Entwicklung ihrer Fähigkeiten während des Studiums bietet. So haben sie die Garantie, sich auf internationalem Niveau in einem boomenden Sektor zu spezialisieren, der ihnen zu beruflichem Erfolg verhelfen wird.



“

Ein hervorragendes Dozententeam wird Ihnen sein ganzes Wissen und seine Erfahrung zur Verfügung stellen, um Sie in Marketing und Kommunikation weiterzubilden“

Internationaler Gastdirektor

Brad Burlingame ist ein versierter Profi mit einer etablierten Karriere im Sport, wo er sich international einen bedeutenden Namen gemacht hat. Mit mehr als 15 Jahren Erfahrung im Management von Unternehmenspartnerschaften hat er bewiesen, dass er eine außergewöhnliche Führungspersönlichkeit ist, wenn es darum geht, durch innovative Strategien und den Aufbau strategischer Allianzen Einnahmen zu erzielen.

So war er unter anderem als Direktor für Sponsoring-Verkäufe beim Dallas Cowboys Football Club tätig, einem der renommiertesten Sportvereine der Welt. Hier hat er im Laufe seiner Karriere Teams geleitet, die sich dem Übertreffen finanzieller Ziele verschrieben haben und den Verein zum unangefochtenen Spitzenreiter bei den Sponsoringeinnahmen in der National Football League (NFL) gemacht haben. Seine Fähigkeit, die Rechte an geistigem Eigentum, das umfangreiche Fernseh- und Radionetzwerk des Teams sowie die digitalen und sozialen Plattformen zu nutzen, hat entscheidend dazu beigetragen, die führende Marktposition des Vereins zu erhalten.

Als Manager für Unternehmensallianzen beim Basketballteam Miami Heat und als Verkaufsleiter bei Palace Sports & Entertainment hat er umfangreiche Erfahrungen in der Profisportbranche gesammelt. Seine Fähigkeit, innovative Ideen zu entwickeln, die das Geschäft der Sponsoren ankurbeln, sowie seine Konzentration auf die Führung ergebnisorientierter Teams haben ihn zu einer Schlüsselfigur im globalen Sportvertrieb gemacht.



Dr. Burlingame, Brad

- Direktor für Sponsoring-Verkauf beim Dallas Cowboys Football Club, Texas, USA
- Manager für Unternehmensallianzen bei den Miami Heat, Florida
- Verkaufsleiter bei Palace Sports & Entertainment, Michigan
- Hochschulabschluss in Marketing und Wirtschaft von der Eastern Michigan University

“

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

Leitung



Fr. Bellver Alonso, Reyes

- ♦ Sportanwältin und Gründungspartnerin von Bellver Sports - Legal Boutique
- ♦ Gründerin und Präsidentin der Plattform *Leadership Woman Football*
- ♦ Gründungspartnerin und Präsidentin der Vereinigung für Sportrecht in Madrid
- ♦ Koordinatorin der internationalen Vereinigung WISLaw - *Women in Sports Law* in Spanien
- ♦ Sprecherin und Gründungsmitglied der Spanischen Vereinigung für ethische Qualität im Sport
- ♦ Hochschulabschluss in Jura mit Spezialisierung auf das Recht der Europäischen Union, Universität CEU San Pablo
- ♦ Masterstudiengang in *International Relations* von der Universität CEU San Pablo von Madrid
- ♦ Masterstudiengang in Unternehmensbesteuerung von ICADE
- ♦ Masterstudiengang in Sportrecht an der Universität von Lleida
- ♦ Miki Roqué „Frieden durch Sport“ Preis für ihre assoziative Arbeit, Ausbildung und Verbesserung des Sportsektors, insbesondere in Bezug auf Geschlechterfragen und die Verteidigung von Frauen im Sport
- ♦ Zertifiziert von der FIFA durch das Programm zur Entwicklung weiblicher Führungskräfte (*FIFA Female Leadership Development Programme*)
- ♦ Aufgenommen in die renommierte internationale Liste *Who's Who Legal (WWL: Sports & Entertainment)*, als eine der führenden Anwältinnen im Bereich des Sportrechts

Professoren

Fr. Díaz Marí, Montse

- ◆ Rechtsanwältin mit Spezialisierung auf Sportrecht beim Club Inter Movistar Futsal
- ◆ Level II Basketball-Trainerin der FBPA
- ◆ Rechtsanwältin bei Samsung Electronics Iberia
- ◆ Hochschulabschluss in Rechtswissenschaften an der Universität von Oviedo
- ◆ Spezialisierung in Sportrecht an der Universität San Pablo CEU - Madrid
- ◆ Masterstudiengang in Sport- und Unterhaltungsmärkten und -industrie am ISDE
- ◆ Masterstudiengang in Sportrecht am INEFC
- ◆ Masterstudiengang in Zugang zum juristischen Beruf und Wirtschaftsrecht an der Universität San Pablo CEU

Fr. Esperidião Hasenclever, Mônica

- ◆ *Chief Marketing Officer* und Direktor der LWB Academy
- ◆ Gründerin und CEO von *Women Experience Sports*
- ◆ Geschäftsführende Direktorin bei LVN Sport
- ◆ Leiterin für Sportmarketing und Sponsoring bei Telefónica Vivo
- ◆ Hochschulabschluss in Betriebswirtschaftslehre von der Mackenzie Presbyterian Universität von Sao Paulo, Brasilien
- ◆ Aufbaustudium in Sportmanagement an der Anhembi Morumbi Universität von Sao Paulo, Brasilien
- ◆ Masterstudiengang in Sportmarketing an der Universitätsschule Real Madrid der Europäischen Universität



04

Struktur und Inhalt

Um zu verstehen, wie Marketing und Kommunikation im Sport funktionieren, ist ein Programm mit einer dynamischen, didaktischen und aktuellen Struktur notwendig, um eine Reihe von Anforderungen auf Arbeitsebene zu erfüllen. Mit jedem Kurs werden die Studenten die Grundlagen eines Marketing- und Kommunikationsplans in der Welt des Sports verstehen, wobei die Besonderheiten der Frauensportarten berücksichtigt werden. Auf diese Weise können sie sicher sein, dass sie über alle Kenntnisse verfügen, die es den zukünftigen Studenten ermöglichen, in ihrem Arbeitsumfeld gute Leistungen zu erbringen.



“

*Entwickeln Sie Ihre Fähigkeiten
als Manager und verstehen Sie die
neuen Trends im digitalen Marketing“*

Modul 1. Marketing und Kommunikation im Sport

- 1.1. Einführung in das Sportmarketing
- 1.2. Marketingplan
- 1.3. *Branding* und Markenentwicklung
- 1.4. Sportsponsoring
- 1.5. *Ambush Marketing*
- 1.6. Kommunikation im Sport
- 1.7. Digitales Marketing und Sport
- 1.8. Spezialisierung auf Frauensport
- 1.9. Sportmarketing und andere Bereiche
- 1.10. Trends im Sportmarketing





“

*Dies ist eine hervorragende
Gelegenheit, als Direktor
an der Spitze der neuesten
Entwicklungen im
Marketing zu stehen“*

05 Methodik

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

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





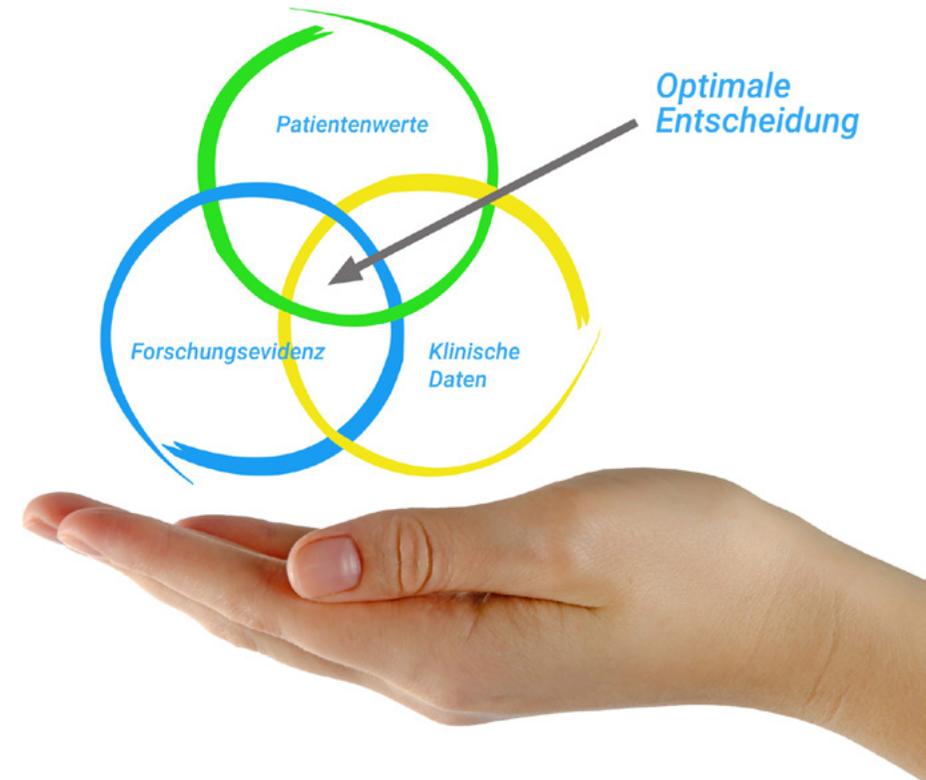
“

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

Bei TECH verwenden wir die Fallmethode

Was sollte eine Fachkraft in einer bestimmten Situation tun? Während des gesamten Programms werden die Studenten mit mehreren simulierten klinischen Fällen konfrontiert, die auf realen Patienten basieren und in denen sie Untersuchungen durchführen, Hypothesen aufstellen und schließlich die Situation lösen müssen. Es gibt zahlreiche wissenschaftliche Belege für die Wirksamkeit der Methode. Die Physiotherapeuten/Kinesiologen lernen mit der Zeit besser, schneller und nachhaltiger.

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



Nach Dr. Gérvas ist der klinische Fall die kommentierte Darstellung eines Patienten oder einer Gruppe von Patienten, die zu einem "Fall" wird, einem Beispiel oder Modell, das eine besondere klinische Komponente veranschaulicht, sei es wegen seiner Lehrkraft oder wegen seiner Einzigartigkeit oder Seltenheit. Es ist wichtig, dass der Fall auf dem aktuellen Berufsleben basiert und versucht, die realen Bedingungen in der beruflichen Praxis der Physiotherapie wiederzugeben.

“

Wussten Sie, dass diese Methode im Jahr 1912 in Harvard, für Jurastudenten entwickelt wurde? Die Fallmethode bestand darin, ihnen reale komplexe Situationen zu präsentieren, in denen sie Entscheidungen treffen und begründen mussten, wie sie diese lösen könnten. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard eingeführt“

Die Wirksamkeit der Methode wird durch vier Schlüsselergebnisse belegt:

1. Die Physiotherapeuten/Kinesiologen, die diese Methode anwenden, nehmen nicht nur Konzepte auf, sondern entwickeln auch ihre geistigen Fähigkeiten, durch Übungen, die die Bewertung realer Situationen und die Anwendung von Wissen beinhalten.
2. Das Lernen basiert auf praktischen Fertigkeiten, die es den Physiotherapeuten/Kinesiologen 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.



Relearning Methodik

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

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



Der Physiotherapeut/Kinesiologe lernt durch reale Fälle und die Bewältigung komplexer Situationen in simulierten Lernumgebungen. Diese Simulationen werden mit modernster Software entwickelt, die ein immersives Lernen ermöglicht.

Die Relearning-Methode, die an der Spitze der weltweiten Pädagogik steht, hat es geschafft, die Gesamtzufriedenheit der Fachleute, die ihr Studium abgeschlossen haben, im Hinblick auf die Qualitätsindikatoren der besten spanischsprachigen Online-Universität (Columbia University) zu verbessern.

Mit dieser Methodik wurden mehr als 65.000 Physiotherapeuten/Kinesiologen mit beispiellosem Erfolg ausgebildet. Unsere Lehrmethodik wurde in einem sehr anspruchsvollen Umfeld entwickelt, mit einer Studentenschaft, die ein hohes sozioökonomisches Profil und ein Durchschnittsalter von 43,5 Jahren aufweist.

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

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.

Die Gesamtnote unseres Lernsystems beträgt 8,01 und entspricht den höchsten internationalen Standards.



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



Studienmaterial

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

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



Physiotherapeutische Techniken und Verfahren auf Video

TECH bringt Studenten die innovativsten Techniken und die neuesten pädagogischen Fortschritte näher, an die Vorfront der aktuellen physiotherapeutischen/kinesiologischen Techniken und Verfahren. All dies in der ersten Person, mit äußerster Strenge, erklärt und detailliert, um zur Assimilierung und zum Verständnis des Studierenden beizutragen. Und das Beste ist, dass Sie sie so oft anschauen können, wie Sie wollen.



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.

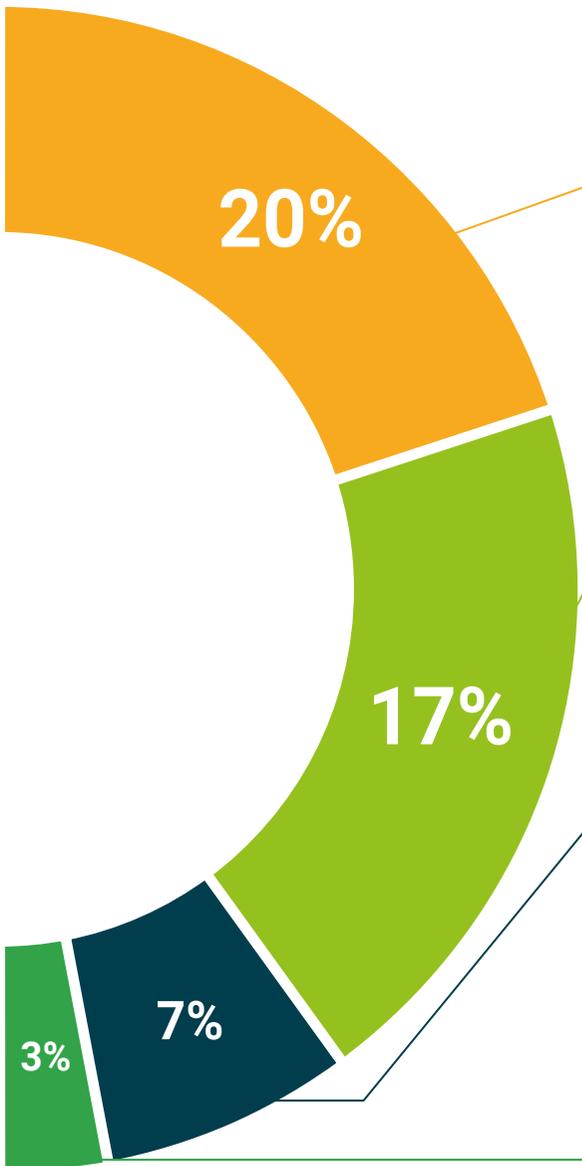
Dieses einzigartige System für die Präsentation multimedialer Inhalte wurde von Microsoft als "europäische Erfolgsgeschichte" ausgezeichnet.



Weitere Lektüren

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





Von Experten geleitete und von Fachleuten durchgeführte Fallstudien

Effektives Lernen muss notwendigerweise kontextabhängig sein. Aus diesem Grund stellt TECH die Entwicklung von realen Fällen vor, in denen der Experte den Studierenden durch die Entwicklung der Aufmerksamkeit und die Lösung verschiedener Situationen führt: ein klarer und direkter Weg, um den höchsten Grad an Verständnis zu erreichen.



Prüfung und Nachprüfung

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



Meisterklassen

Es gibt wissenschaftliche Belege für den Nutzen der Beobachtung durch Dritte: Lernen von einem Experten stärkt das Wissen und die Erinnerung und schafft Vertrauen für künftige schwierige Entscheidungen.



Leitfäden für Schnellmaßnahmen

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



06

Qualifizierung

Der Universitätskurs in Marketing und Kommunikation im Sport 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 Hochschulabschluss ohne
lästige Reisen oder Formalitäten”*

Dieser **Universitätskurs in Marketing und Kommunikation im Sport** enthält das vollständigste und aktuellste wissenschaftliche 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 Marketing und Kommunikation im Sport**

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

Von der NBA unterstützt:



*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

Marketing und
Kommunikation im Sport

Modalität: Online

Dauer: 6 Wochen

Qualifizierung: TECH Technologische Universität

Unterrichtsstunden: 150 Std.

Universitätskurs

Marketing und Kommunikation im Sport

Von der NBA unterstützt:

