

Universitätskurs

Creative Branding: Kommunikation und
Management von Kreativen Marken





Universitätskurs Creative Branding: Kommunikation und Management von Kreativen Marken

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

Internetzugang: www.techtitude.com/de/videospiele/universitatskurs/creative-branding-kommunikation-management-kreativen-marken

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Kursleitung

Seite 12

04

Struktur und Inhalt

Seite 18

05

Methodik

Seite 22

06

Qualifizierung

Seite 30

01

Präsentation

Die Marke einer Videospielfirma ist alles. Sie wird von Hunderten von Spielern getragen und ist das Aushängeschild des Unternehmens für alle, die auf neue Spiele warten. Bei der großen Anzahl von Spielen, die jede Woche erscheinen, und der Vielzahl von Unternehmen, die die Videospielebranche ausmachen, ist es sehr wichtig, dass das *Branding* präzise und zielgerichtet ist, um die Zielgruppe bestmöglich anzusprechen. Aus diesem Grund hat TECH die folgende Qualifizierung vorbereitet, die alle Fachkräfte der Videospielebranche in kreativer Markenkommunikation und kreativem *Branding* fortbildet.





“

Es ist unmöglich zu lesen „EA Sports it's in the Game“, ohne die charakteristische Stimme zu hören, die das Spiel begleitet. Mit diesem Universitätskurs lernen Sie die Bedeutung der großen Videospiele-Slogans kennen“

Die Marke eines Videospieldienstherstellers muss eine perfekte Synthese zwischen seinen künstlerischen und professionellen Zielen und seinem Zielpublikum darstellen. Die Logos von Playstation, Nintendo oder Xbox haben sich im Laufe der Jahrzehnte weiterentwickelt, ohne dabei ihre charakteristische Essenz zu verlieren, die sie vor Millionen von Spielern auf der ganzen Welt auszeichnet.

Genau diese Essenz ist der Schlüssel zum kommerziellen Erfolg, wenn es um *Branding* geht, denn es ist das Publikum, das die Marke letztendlich mit dieser Essenz identifiziert. Wenn man weiß, wie man sie definiert, wie man sie von anderen Konzepten abgrenzt und wie man sie für das potenzielle Publikum leicht erkennbar macht, kann man eine gute Wirkung auf dem Markt erzielen.

Um diesem dringenden Bedürfnis nach einer guten *Branding*-Strategie für Videospieldiensthersteller gerecht zu werden, hat TECH diese Qualifikation geschaffen, die Beratung und Methodik von Experten auf diesem Gebiet beinhaltet, damit die Studenten eine effiziente Markenmanagementstrategie mit positiven Ergebnissen anwenden können.

Es handelt sich also um eine einzigartige Gelegenheit, eine Reihe von spezifischen Kenntnissen und Fähigkeiten zu erwerben, die die Karriere der Studenten auf dem Weg zum beruflichen Erfolg in der Videospieldienstbranche fördern.

Der **Universitätskurs in Creative Branding: Kommunikation und Management von Kreativen Marken** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

Die hervorstechendsten Merkmale sind:

- ♦ Eine eingehende Untersuchung aller Aspekte, durch die eine Marke bekannt ist
- ♦ Besonderes Augenmerk auf die detaillierte Darstellung des gesamten kreativen Prozesses des *Creative Branding*, von der Konzeption bis zur Ausführung von Kommunikationsplänen
- ♦ Die verschiedenen Ressourcen und Werkzeuge, die den Studenten für die spätere Verwendung am Arbeitsplatz zur Verfügung gestellt werden
- ♦ Die Betonung innovativer Methoden, die das Profil der Studenten im Vergleich zu anderen ähnlichen Kursen verbessern



Die großen Marken von Videospieldiensten werden bis auf den Millimeter genau entworfen, mit großartigen Kreativteams dahinter, die ihre ganze Kreativität in die Entwicklung einbringen. Werden Sie mit diesem Universitätskurs Teil dieser Teams“



Gamer sind sehr leidenschaftlich, wenn es um die Marken geht, die sie ansprechen. Verdienen Sie sich den Respekt von Tausenden von Nutzern, indem Sie wissen, wie Ihr Unternehmen mit ihnen in Beziehung treten sollte“

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 situierendes und kontextbezogenes Lernen ermöglichen, d. h. eine simulierte Umgebung, die eine immersive Fortbildung bietet, die auf die Ausführung von realen Situationen ausgerichtet ist.

Das Konzept dieses Programms konzentriert sich auf problemorientiertes Lernen, bei dem die Fachkraft versuchen muss, die verschiedenen Situationen aus der beruflichen Praxis zu lösen, die während des gesamten Studiengangs gestellt werden. Zu diesem Zweck wird sie von einem innovativen interaktiven Videosystem unterstützt, das von renommierten Experten entwickelt wurde.

Sie werden in der Lage sein, alle Aspekte des Brandings von Videospiele abdecken. Von den Phrasen, mit denen Sie das Publikum ansprechen, bis hin zum Markenimage selbst.

Sie werden in der Lage sein, sich in der Videospielebranche dank einer einzigartigen und professionellen Weiterbildung in kreativem Branding abzuheben.



02 Ziele

In diesem Universitätskurs lernt der Student alle Bereiche kennen, die das kreative *Branding* einer Videospielmarke umfassen sollte, von der Konstruktion der Marke selbst und ihrer grafischen Identität bis hin zur externen Kommunikation, die sie haben sollte, den Inhalten, die sie entwickeln sollte, oder auch, wie man die Ergebnisse der verschiedenen Werbekampagnen überprüft. TECH stellt sicher, dass der Student alle notwendigen Kenntnisse erwirbt, indem es eine Reihe von Zielen festlegt, die das didaktische Material erfüllen muss.

GAME

1989-

BOY

“

Ihr berufliches Ziel ist es, in der Welt der Videospiele erfolgreich zu sein. TECH will Ihnen dabei helfen, indem sie Ihnen einzigartige und unverwechselbare Werkzeuge an die Hand gibt”

200



Allgemeine Ziele

- ◆ Lernen, die wichtigsten Komponenten zu identifizieren, mit denen eine Marke ihr Publikum anspricht
- ◆ Erwerben des spezifischen Wissens, um die Marke, die Kommunikation und das Image eines Unternehmens zu verwalten
- ◆ Vermitteln von Phantasie und Erfindungsreichtum bei der Lösung von Problemen im Bereich des kreativen Managements
- ◆ Verstärken der Integration der erworbenen Kenntnisse in realen praktischen Situationen
- ◆ Verstehen, wie grundlegend Kreativität für die Kommunikation und das Management kreativer Marken in jedem Designsektor ist
- ◆ Vermitteln der Fähigkeit, sich an verschiedene Realitäten anzupassen, indem man ihnen Werkzeuge zur Analyse des Marktes und verschiedener Kommunikationsmaßnahmen an die Hand gibt
- ◆ Fördern der Fähigkeit, sich schrittweise zu aktualisieren, um immer auf eine sich verändernde Realität vorbereitet zu sein
- ◆ Entwickeln von Kommunikationsfähigkeiten, sowohl in schriftlicher als auch in mündlicher Form, die als Grundpfeiler für jedes kreative Markenmanagement dienen werden





Spezifische Ziele

- ◆ Vertieftes Kennen, was eine Marke erfolgreich macht, wie sie von der Öffentlichkeit wahrgenommen wird, und Anwendung dieses Wissens in der täglichen Arbeit
- ◆ Abdecken aller kreativen Phasen des *Creative Branding*, von der Konzeption der Marke bis zur *Customer Experience*
- ◆ Planen von erfolgreichen Strategien, mit Taktiken und Produktionsplänen, die ein effizientes Management der Marke und ihrer Ressourcen gewährleisten
- ◆ Wissen, wie man den Erfolg einer bestimmten kommunikativen Maßnahme mit Hilfe spezifischer Instrumente bewertet

“

Sie werden Ihrem Publikum und den Verbrauchern näher sein, wenn Sie wissen, wie Sie mit ihnen kommunizieren und wie Sie ihr Feedback erhalten können”

03

Kursleitung

Die Fachleute, die für die Entwicklung dieses Universitätskurses in Creative Branding: Kommunikation und Management von Kreativen Marken verantwortlich sind, wurden von TECH aufgrund ihrer hervorragenden beruflichen Leistungen an der Spitze einer Vielzahl von Kreativunternehmen ausgewählt, wo sie ihre Kompetenzen im Bereich *Branding* und Markenmanagement eindrucksvoll unter Beweis gestellt haben. Auf diese Weise hat der Student die Garantie, nicht nur Zugang zu den vollständigsten und aktuellsten didaktischen Materialien zu diesem Thema zu haben, sondern auch von einem professionellen Dozententeam bei den Lehrinhalten unterstützt zu werden.





Station

“

Dieser Universitätskurs kann ein Vorher und Nachher in Ihrer beruflichen Laufbahn bedeuten, denn in der Videospielebranche werden Kenntnisse im Markenmanagement hoch geschätzt”

Gast-Direktion

S. Mark Young ist ein international anerkannter Experte, der sich in seiner Forschung auf die Unterhaltungsindustrie konzentriert hat. Seine Ergebnisse wurden mit zahlreichen Preisen ausgezeichnet, darunter der 2020 Lifetime Achievement Award in Accounting and Management von der American Accounting Association. Außerdem erhielt er drei Auszeichnungen für seine Beiträge zur wissenschaftlichen Literatur in diesen Bereichen.

Einer der Höhepunkte seiner Karriere war die Veröffentlichung der Studie „Narcissism and Celebrities“ (Narzissmus und Prominente) zusammen mit Dr. Drew Pinsky. In diesem Text wurden direkte Daten zu berühmten Persönlichkeiten aus Film und Fernsehen zusammengestellt. In dem Artikel, der später zu einem Bestseller wurde, analysierte der Experte die narzisstischen Verhaltensweisen von Zelluloidstars und wie diese in den modernen Medien normalisiert wurden. Gleichzeitig ging er auf die Auswirkungen dieser Verhaltensweisen auf die heutige Jugend ein.

Im Laufe seiner beruflichen Karriere hat sich Young auch mit der Organisation und der Ausrichtung der Filmindustrie befasst. Insbesondere hat er Modelle zur Vorhersage des Kassenerfolgs großer Filme untersucht. Er hat auch einen Beitrag zum Activity Based Accounting und zur Gestaltung von Kontrollsystemen geleistet. Bekannt ist vor allem sein Einfluss auf die Einführung eines effektiven Managements auf der Grundlage der Balanced Scorecard.

Auch die akademische Arbeit hat sein Berufsleben geprägt, und er wurde auf den George Bozanic and Holman G. Hurt Research Chair in Sports and Entertainment Business gewählt. Er hat auch Vorlesungen gehalten und an Studienprogrammen in den Bereichen Rechnungswesen, Journalismus und Kommunikation teilgenommen. Gleichzeitig führten ihn seine Grund- und Aufbaustudien an renommierte amerikanische Universitäten wie Pittsburgh und Ohio.



Dr. Young, S. Mark

- George Bozanic und Holman G. Hurt Lehrstuhl für Sport- und Unterhaltungswirtschaft
- Offizieller Historiker der Tennismannschaft der University of Southern California
- Akademischer Forscher, spezialisiert auf die Entwicklung von Prognosemodellen für die Filmindustrie
- Mitverfasser des Buches "Narzissmus und Prominente"
- Promotion in Rechnungswesen an der Universität von Pittsburgh
- Masterstudiengang in Rechnungswesen an der Ohio State University
- Hochschulabschluss in Wirtschaftswissenschaften vom Oberlin College
- Mitglied des Center for Excellence in Teaching

“

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

Leitung



Dr. Velar, Marga

- Management von Unternehmensmarketing bei der SGN Group (New York)
- Geschäftsführung bei Forefashion Lab
- Dozentin am Universitätszentrum Villanueva, an der ISEM Fashion Business School und an der Fakultät für Kommunikation der Universität von Navarra
- Promotion in Kommunikation an der Universität Carlos III von Madrid
- Hochschulabschluss in Audiovisueller Kommunikation mit einem Universitätskurs in Kommunikation und Modemanagement vom Universitätszentrum Villanueva der Universität Complutense von Madrid
- MBA in *Fashion Business Management* von der ISEM Fashion Business School

PORTAL 2

The title 'PORTAL 2' is centered in a large, white, bold, sans-serif font. To the left of the text is a stylized orange figure of a person running, positioned as if entering a vertical orange line representing a portal. To the right of the text is a stylized blue figure of a person running, positioned as if exiting a vertical blue line representing a portal.

04

Struktur und Inhalt

Der Universitätskurs in Creative Branding: Kommunikation und Management von Kreativen Marken enthält das gesamte didaktische Material und die notwendigen professionellen Lerninhalte, so dass der Student als echter Experte für die unternehmerische und kreative Kommunikation von Videospiele abschließen kann. Unterstützt wird das Studium durch eine große Menge an audiovisuellem Material sowie zahlreiche praktische Beispiele, die dem Studenten das Lernen erleichtern, ohne die Tiefe des Lehrstoffs zu verringern.



“

Sie werden bereit sein, die großen Marken zu benennen und zu gestalten, die die Zukunft der Videospiele verändern werden"

Modul 1. *Creative Branding*: Kommunikation und Management von kreativen Marken

- 1.1. *Brands and Branding*
 - 1.1.1. Markenzeichen
 - 1.1.2. Entwicklung des *Branding*
 - 1.1.3. Positionierung, Markenpersönlichkeit, Bekanntheitsgrad
- 1.2. Markenbildung
 - 1.2.1. Marketing Mix
 - 1.2.2. Markenarchitektur
 - 1.2.3. Markenidentität
- 1.3. Ausdruck der Marke
 - 1.3.1. Grafische Identität
 - 1.3.2. Visueller Ausdruck
 - 1.3.3. Andere Elemente, die die Marke widerspiegeln
- 1.4. Kommunikation
 - 1.4.1. Annäherungen
 - 1.4.2. *Brand Touchpoints*
 - 1.4.3. Kommunikationstechniken und -werkzeuge
- 1.5. *Brand Content*
 - 1.5.1. Von Marken zu Unterhaltungsplattformen
 - 1.5.2. Der Aufstieg der Markeninhalte
 - 1.5.3. Bindung an das Publikum durch einzigartiges Storytelling
- 1.6. *Visual Storytelling*
 - 1.6.1. Markenanalyse
 - 1.6.2. Kreative Werbekonzepte
 - 1.6.3. Kreatives Verkaufen
- 1.7. *Customer Experience*
 - 1.7.1. *Customer Experience (CX)*
 - 1.7.2. *Customer Journey*
 - 1.7.3. Markenausrichtung und CX
- 1.8. Strategische Planung
 - 1.8.1. Ziele
 - 1.8.2. Identifizierung von Zielgruppen und *Insights*
 - 1.8.3. Strategieentwicklung
- 1.9. *Performance*
 - 1.9.1. Das *Briefing*
 - 1.9.2. Taktik
 - 1.9.3. Produktionsplan
- 1.10. Bewertung
 - 1.10.1. Was ist zu bewerten?
 - 1.10.2. Wie ist zu bewerten? (Messinstrumente)
 - 1.10.3. Berichterstattung über die Ergebnisse



Der berufliche und persönliche Sprung, den Ihre Karriere nach Abschluss dieses Universitätskurses machen wird, wird bemerkenswert sein, mit einer Reihe von Kenntnissen, die Sie innerhalb der Videospiegelbranche auszeichnen werden"



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"

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 die Grundlagen der traditionellen Universitäten in der ganzen Welt verschiebt”



Sie werden Zugang zu einem Lernsystem haben, das auf Wiederholung basiert, mit natürlichem und progressivem Unterricht während des gesamten Lehrplans.



Die Studenten lernen durch gemeinschaftliche Aktivitäten und reale Fälle die Lösung komplexer Situationen in realen Geschäftsumgebungen.

Eine innovative und andersartige Lernmethode

Dieses TECH-Programm ist ein von Grund auf neu entwickeltes, intensives Lehrprogramm, das die anspruchsvollsten Herausforderungen und Entscheidungen in diesem Bereich sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene vorsieht. Dank dieser Methodik wird das persönliche und berufliche Wachstum gefördert und ein entscheidender Schritt in Richtung Erfolg gemacht. Die Fallmethode, die Technik, die diesem Inhalt zugrunde liegt, gewährleistet, dass die aktuellste wirtschaftliche, soziale und berufliche Realität berücksichtigt wird.

“

Unser Programm bereitet Sie darauf vor, sich neuen Herausforderungen in einem unsicheren Umfeld zu stellen und in Ihrer Karriere erfolgreich zu sein"

Die Fallstudienmethode ist das am weitesten verbreitete Lernsystem an den besten Business Schools der Welt, seit es sie gibt. Die Fallmethode wurde 1912 entwickelt, damit die Jurastudenten das Recht nicht nur anhand theoretischer Inhalte erlernen, sondern ihnen reale, komplexe Situationen vorlegen, damit sie fundierte Entscheidungen treffen und Werturteile darüber fällen können, wie diese zu lösen sind. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard eingeführt.

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 Sie mit mehreren realen Fällen konfrontiert. Sie müssen Ihr gesamtes Wissen integrieren, recherchieren, argumentieren und Ihre Ideen und Entscheidungen verteidigen.

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.

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 auszubilden. 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 Online-Universität in Spanisch 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 ausgebildet. 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 Ihr Fachgebiet 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 neurokognitiven kontextabhängigen E-Learnings mit dem Kontext verbunden, in dem der Teilnehmer seine berufliche Praxis entwickelt.



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



Studienmaterial

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

Diese Inhalte werden dann auf das audiovisuelle Format angewendet, um die 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.



Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt.

Das sogenannte Learning from an Expert baut Wissen und Gedächtnis auf und schafft Vertrauen für zukünftige schwierige Entscheidungen.



Fertigkeiten und Kompetenzen Praktiken

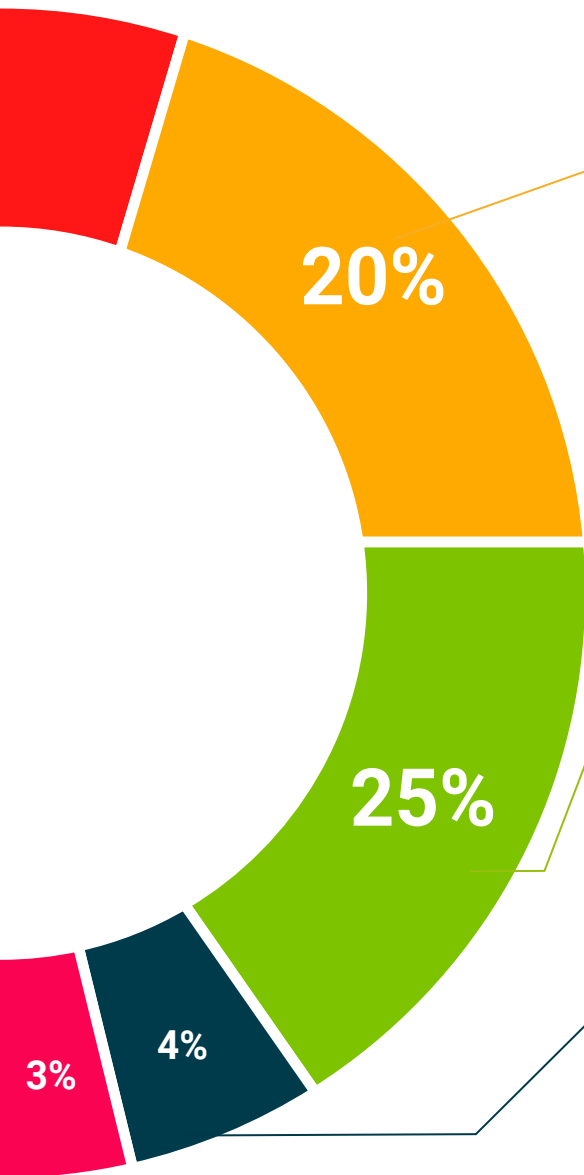
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Kompetenzen und Fertigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Praktiken und Dynamiken zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein Spezialist im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



Weitere Lektüren

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





Fallstudien

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.



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.



06

Qualifizierung

Der Universitätskurs in Creative Branding: Kommunikation und Management von Kreativen Marken 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"*

Der **Universitätskurs in Creative Branding: Kommunikation und Management von Kreativen Marken** 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 Creative Branding: Kommunikation und Management von Kreativen Marken**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **150 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 tutoren
garantie akkreditierung unterricht
institutionen technologie lernen

tech technologische
universität

Universitätskurs
Creative Branding:
Kommunikation und
Management von
Kreativen Marken

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

Universitätskurs

Creative Branding: Kommunikation und Management von Kreativen Marken

