

Universitätskurs

Strategie für Digitales Marketing





Universitätskurs Strategie für Digitales Marketing

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

Internetzugang: www.techtitute.com/de/videospiele/universitatskurs/strategie-digitales-marketing

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Kursleitung

Seite 12

04

Struktur und Inhalt

Seite 18

05

Methodik

Seite 22

06

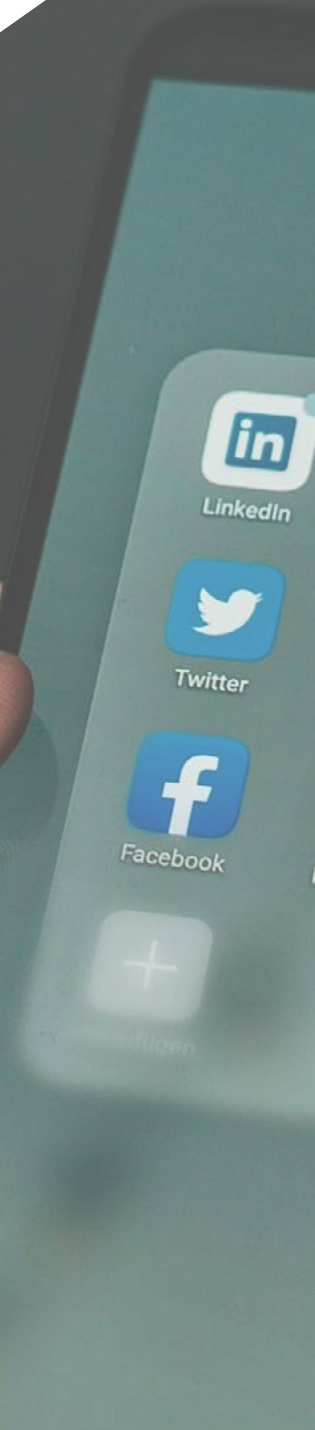
Qualifizierung

Seite 30

01

Präsentation

Die Vermarktung von Videospielen ist einer ihrer einflussreichsten Aspekte. Wenn die Erwartungen zu hoch geschraubt werden und das Spiel sie nicht erfüllt, endet dies in der Regel in einem großen Fiasko, während das Videospiel völlig unbemerkt bleiben kann, wenn überhaupt keine Erwartungen geweckt werden. Deshalb ist es wichtig, die Kommunikation und das Marketing im Bereich der Videospiele gut zu beherrschen. TECH hat diesen kompletten Kurs zu diesem Thema entwickelt, um allen Fachleuten des Sektors die grundlegenden Schlüssel des digitalen Marketings dieses Jahrzehnts und die richtige Kommunikation mit ihrem Publikum zu vermitteln.





“

Wenn Sie lernen, wie Sie am effizientesten mit Ihrem Publikum kommunizieren, wird es alle Spiele, die Sie ihm anbieten, gerne kaufen und spielen"

Als riesige Unternehmen, die Millionen von Dollar investieren, führen die Videospieldindustrien Marketingkampagnen durch, die bei den Spielern und sogar bei einem Publikum, das nichts mit der digitalen Welt zu tun hat, im Gedächtnis bleiben.

Die meisten Spieler und Konsumenten verfügen über ein soziales Netzwerk oder nutzen das Internet häufig in ihrem Alltag. Daher ist es nicht verwunderlich, dass die Marketingabteilungen von Videospiele ihren Hauptaugenmerk auf die digitale Welt und die verschiedenen trendigen Apps des Augenblicks richten.

Es ist so wichtig, die Erwartungen des Publikums zu messen und zu wissen, wie man sein Produkt auf ehrliche und attraktive Weise verkauft, dass TECH diesen Universitätskurs in Strategie für Digitales Marketing vorbereitet hat, um alle Videospiele-Profis in den wichtigsten Verkaufs- und Handelskommunikationen weiterzubilden, um Misserfolge wie No Man's Sky oder Cyberpunk 2077 zu vermeiden.

Um es den Studenten so einfach wie möglich zu machen, bietet TECH diesen Studiengang vollständig online an, ohne die Notwendigkeit, ein bestimmtes physisches Zentrum aufzusuchen oder eine Reihe von Kursen mit vorgegebenem Zeitplan zu besuchen. Der Student legt seinen eigenen Zeitplan fest, um das gesamte Material zu studieren und es an seine eigenen Interessen oder Verpflichtungen anzupassen.

Dieser **Universitätskurs in Strategie für Digitales Marketing** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Die hervorstechendsten Merkmale sind:

- ◆ Erwerben von Kenntnissen in den Bereichen Marktforschung, strategische Vision, digitale und Co-Kreationsmethoden
- ◆ Erwerben des notwendigen Wissens, um jede Online-Marketing-Kampagne oder -Aktion effektiv zu verwalten
- ◆ Praktische Fälle, in denen die Anwendung des erworbenen Wissens auf realistische Art und Weise gezeigt wird
- ◆ Fähig sein, Aufgaben zu organisieren und zu planen und die verfügbaren Ressourcen optimal zu nutzen, um sie in einem präzisen Zeitrahmen zu bewältigen
- ◆ Anwenden von Kreativität in der Welt des Marketings, um sich von der Konkurrenz abzuheben
- ◆ Erwerben von Instrumenten zur Analyse der wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Realitäten, in denen sich die Kreativwirtschaft heute entwickelt und verändert



Sie werden wissen, wie Sie die Spiele, an denen Sie arbeiten, für die Nutzer, die Sie ansprechen wollen, so attraktiv wie möglich gestalten können"



Machen Sie die wichtigsten Influencer des Augenblicks zu Ihren Verbündeten, indem Sie die spezifische Marketingstrategie für sie kennenlernen“

Zu den Dozenten des Programms gehören Fachleute aus der Branche, die ihre Erfahrungen aus ihrer Arbeit in diese Weiterbildung einbringen, sowie anerkannte Spezialisten aus führenden Unternehmen und renommierten 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 Ihre Spiele auf den wichtigsten Verbraucherplattformen platzieren, einschließlich der von Millionen von Nutzern verwendeten Mobiltelefone und Apps.

ROI, Data Science oder Inbound Marketing werden dank dieses Universitätskurses keine unbekanntenen Begriffe mehr für Sie sein.



02 Ziele

Das Ziel dieses Studiengangs ist es, den Studenten das beste verfügbare Wissen im Bereich des digitalen Marketings zu vermitteln, mit besonderem Interesse für den Bereich der Videospiele. Mit fortgeschrittenen Kenntnissen in den Bereichen Werbung und Verkauf werden die Studenten in der Lage sein, kommerzielle Kampagnen aller Art im digitalen Umfeld zu entwickeln, zu planen und erfolgreich durchzuführen, wobei sie fortschrittliche Analysemethoden und die entsprechenden Tools nutzen, um die größtmögliche Zielgruppe zu erreichen.



“

Sie haben die Möglichkeit, alle Herausforderungen der Online-Werbekommunikation für Videospiele kennenzulernen und werden dank dieses Universitätskurses wissen, wie Sie diese erfolgreich meistern können”



Allgemeine Ziele

- ◆ Anbieten von nützlichem Wissen für die Weiterbildung von Studenten, indem ihnen Fähigkeiten für die Entwicklung und Anwendung von originellen Ideen in ihrer persönlichen und beruflichen Arbeit vermittelt werden
- ◆ Lösen von Problemen in neuartigen Umgebungen und in interdisziplinären Kontexten im Bereich des Kreativitätsmanagements, um Kunden zu gewinnen
- ◆ Erwerben von Kenntnissen über Marktforschung, strategische Visionen, digitale und Co-Creation-Methoden
- ◆ Erlernen spezifischer Kenntnisse für das Management des digitalen Verkaufsplans von Unternehmen und Organisationen im neuen Kontext der Kreativwirtschaft
- ◆ Hervorheben der Bedeutung von kreativen Prozessen bei der Ausarbeitung eines strategischen Marketingplans
- ◆ Verstehen, wie Kreativität und Innovation zu den Triebkräften der globalen Wirtschaft geworden sind und warum sie in der Designbranche so wichtig sind





Spezifische Ziele

- ◆ Kennen der Zielgruppe durch verschiedene Tools und Analysen, die helfen, sie als Kunden zu gewinnen
- ◆ Untersuchen der neuen Online-Verkaufsplattformen und Verstehen der Auswirkungen des E-Commerce auf die Unterhaltungsindustrie
- ◆ Verstehen des Einzugs von Influencern in digitale Marketingstrategien und wie sie zu mächtigen Verbündeten unserer Marke werden können
- ◆ Verwalten der verschiedenen Datenverwaltungstools und wie sie für die Erstellung von Statistiken sehr nützlich sein können

“

Heben Sie sich in einem einzigartigen Bereich mit einer ergänzenden Weiterbildung ab, die Sie von Ihren Kollegen im Bereich der Videospiele unterscheidet"

03

Kursleitung

Die Dozenten, die für die Entwicklung des Lehrmaterials dieses Universitätskurses in Strategie für Digitales Marketing verantwortlich sind, verfügen über umfangreiche Erfahrungen im Bereich des Marketings, insbesondere im Bereich der Netzwerke und Websites. Dank ihres professionellen *Know-Hows* ist die Qualität der vermittelten didaktischen Inhalte garantiert und die Studenten können sich darauf verlassen, dass sie von hochqualifizierten Dozenten unterstützt werden, um jede Art von Zweifel zu lösen.





“

Unterstützt von den besten Fachleuten für digitales Marketing haben Sie alle Garantien, um in der kommerziellen Kommunikation im Bereich der Videospiele erfolgreich zu sein”

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

Professoren

Hr. San José, Carlos

- ♦ Head of Digital bei MURPH
- ♦ Hochschulabschluss in Werbung und PR
- ♦ Mehr als 8 Jahre lang Autor Content bei Liceo25, der Muttergesellschaft von Online-Medien wie 25 Gramos, Fleek Mag, Lenders Magazine oder Libra, und andere
- ♦ Spezialist für digitales Marketing und Strategie, *Social Media & Social Ads*, *Commerce*-Plattformen und E-Mail-Marketing

Dr. San Miguel, Patricia

- ♦ Direktorin und Gründerin des Observatoriums für die Analyse der digitalen Auswirkungen von Modemarken *Digital Fashion Brands*
- ♦ Professorin für Digitales Marketing an der ISEM Fashion Business School und der Universität von Navarra
- ♦ Hochschulabschluss in Werbung und PR, Universität Complutense von Madrid
- ♦ Promotion an der Universität von Navarra
- ♦ *Executive Fashion MBA* an der ISEM
- ♦ Autorin des Buchs *Influencer Marketing*



04

Struktur und Inhalt

Im Verlauf dieses Universitätskurses in Strategie für Digitales Marketing lernen die Studenten mehrere entscheidende Säulen für die Entwicklung von Online-Kommunikationsplänen kennen. Dazu gehören u. a. das *Ideal Customer Profile* und die *Buyer Persona*, KPIs, *E-Commerce* und *Influencer Marketing*. Mit all diesen neuen Kenntnissen wird der Student wertvolle Fähigkeiten im Bereich der Videospiele erwerben.





“

*Mit einer Weiterbildung in Digitalem Marketing
heben Sie sich von anderen Bewerbern ab, wenn
Sie sich für verschiedene Positionen in der
Videospiegelbranche bewerben”*

Modul 1. Neue Strategien für digitales Marketing

- 1.1. Technologie und Publikum
 - 1.1.1. Digitale Strategie und Unterschiede zwischen Nutzertypen
 - 1.1.2. Zielgruppen, ausgrenzende Faktoren und Generationen
 - 1.1.3. Das *Ideal Customer Profile* (ICP) und die *Buyer Persona*
- 1.2. Digitale Analytik für die Diagnose
 - 1.2.1. Analytik im Vorfeld der digitalen Strategie
 - 1.2.2. Null-Moment
 - 1.2.3. KPIs und Metriken, Typologien, Klassifizierung nach Methodologien
- 1.3. *E-Entertainment*: die Auswirkungen des *E-Commerce* auf die Unterhaltungsindustrie
 - 1.3.1. *E-Commerce*, Typologien und Plattformen
 - 1.3.2. Die Bedeutung des Web-Designs: UX und UI
 - 1.3.3. Optimierung des Online-Raums: Mindestanforderungen
- 1.4. *Social Media* und *Influencer Marketing*
 - 1.4.1. Auswirkungen und Entwicklung des Netzwerk-Marketings
 - 1.4.2. Überzeugungsarbeit, Schlüssel zu Inhalten und viralen Aktionen
 - 1.4.3. Planung von *Social Marketing*-Kampagnen und *Influencer Marketing*
- 1.5. *Mobile Marketing*
 - 1.5.1. Mobile-Benutzer
 - 1.5.2. Web Mobile und Apps
 - 1.5.3. *Mobile Marketing*-Aktionen
- 1.6. Werbung in Online-Umgebungen
 - 1.6.1. Werbung in sozialen Netzwerken und Ziele von *Social Ads*
 - 1.6.2. Der Konversionstrichter oder *Purchase Funnel*: Kategorien
 - 1.6.3. *Social Ads*-Plattformen
- 1.7. Die Methodik des *Inbound Marketing*
 - 1.7.1. *Social Selling*, Grundpfeiler und Strategie
 - 1.7.2. Die CRM-Plattform im Rahmen einer digitalen Strategie
 - 1.7.3. Das *Inbound Marketing* oder *Attraction Marketing*: Aktionen und SEO
- 1.8. Marketing-Automatisierung
 - 1.8.1. E-Mail-Marketing und E-Mail-Typologie
 - 1.8.2. E-Mail-Marketing-Automatisierung, Anwendungen, Plattformen und Vorteile
 - 1.8.3. Das Aufkommen von *Bot & Chatbot Marketing*: Typologie und Plattformen
- 1.9. Werkzeuge zur Datenverwaltung
 - 1.9.1. CRM für digitale Strategie, Typologien und Anwendungen, Plattformen und Trends.
 - 1.9.2. *Big Data*: *Big Data*, *Business Analytics* und *Business Intelligence*
 - 1.9.3. *Big Data*, künstliche Intelligenz und *Data Science*
- 1.10. Messung der Kostenwirksamkeit
 - 1.10.1. ROI: die Definition von Kapitalrendite und ROI vs. ROAS
 - 1.10.2. Optimierung des ROI
 - 1.10.3. Wichtige Metriken



Wenn Sie Ihre Karriere auf die höchste Stufe heben wollen, bietet Ihnen TECH die besten Werkzeuge, um Ihre Träume zu verwirklichen"



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

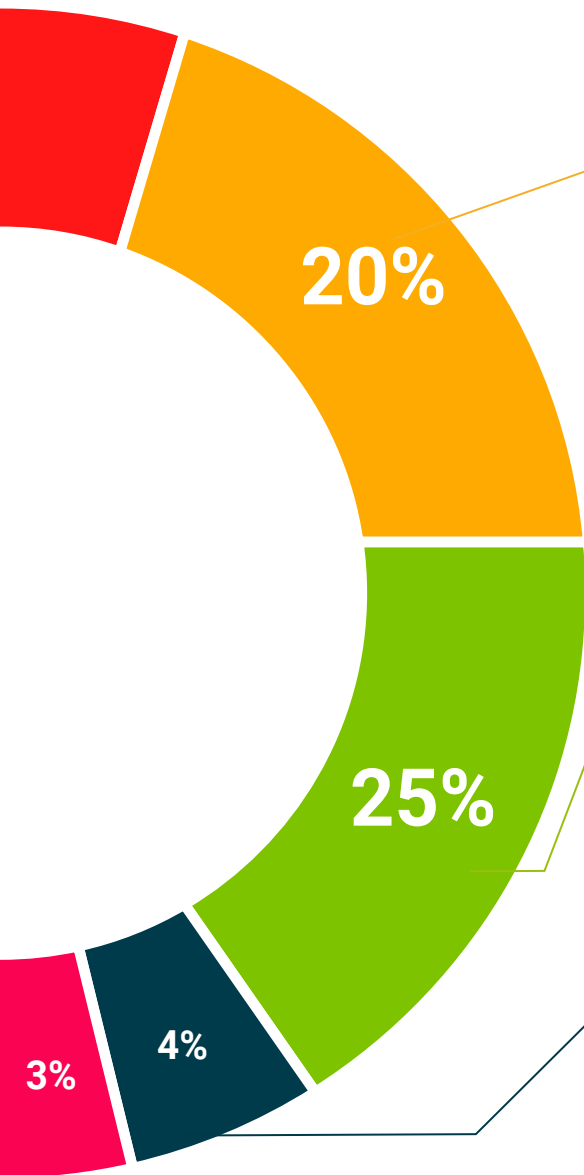
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Kompetenzen und Fertigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Praktiken und Dynamiken zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein Spezialist im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



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 Strategie für Digitales 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 Strategie für Digitales 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 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 Strategie für Digitales Marketing**

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
gemeinschaft verpflichtung
persönliche betreuung innovation
wissen gegenwart qualität
online-Ausbildung
entwicklung institutionen
virtuelles Klassenzimmer

tech technologische
universität

Universitätskurs

Strategie für Digitales Marketing

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

Universitätskurs

Strategie für Digitales Marketing

