

Universitätsexperte

Angewandtes Neuromarketing





Universitätsexperte Angewandtes Neuromarketing

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online
- » Gerichtet an: Hochschulabsolventen, die zuvor einen der Abschlüsse in den Bereichen Sozial- und Rechtswissenschaften, Verwaltung und Wirtschaft erworben haben, sowie Absolventen im Bereich Marketing und Werbung.

Internetzugang: www.techtitute.com/de/wirtschaftsschule/spezialisierung/spezialisierung-angewandtes-neuromarketing

Index

01

Willkommen

Seite 4

02

Warum an der TECH studieren?

Seite 6

03

Warum unser Programm?

Seite 10

04

Ziele

Seite 14

05

Struktur und Inhalt

Seite 20

06

Methodik

Seite 28

07

Profil unserer Studenten

Seite 36

08

Kursleitung

Seite 40

09

Auswirkung auf Ihre Karriere

Seite 44

10

Vorteile für Ihr Unternehmen

Seite 48

11

Qualifizierung

Seite 52

01

Willkommen

Der Verkauf von Produkten auf der Grundlage der Kenntnis von Konsummustern, die durch die Funktionsweise des menschlichen Gehirns bedingt sind, ist heute Realität. Dank der Fortschritte auf dem Gebiet der Psychologie ist es heute möglich, die Emotionen zu erkennen, die der Entscheidungsfindung des Kunden zugrunde liegen, wenn er die Möglichkeit hat, ein Produkt zu kaufen. So können Unternehmen Verkaufsstrategien entwickeln, die sich an den Bedürfnissen des Unterbewusstseins orientieren und so die Erfolgchancen einer Kampagne erhöhen. Aus diesem Grund sind Fachleute auf diesem Gebiet auf dem Arbeitsmarkt sehr gefragt, weshalb TECH die Entwicklung dieses 100%igen Online-Studiengangs ins Auge gefasst hat. Es handelt sich um ein Programm, das es den Studenten ermöglicht, die Besonderheiten des angewandten Neuromarketings von Grund auf bis hin zu seiner Umsetzung auf dem heutigen Markt kennen zu lernen.



Universitätsexperte in Angewandtes Neuromarketing.
TECH Technologische Universität



“

Das beste Programm auf dem heutigen akademischen Markt, um die Grundlagen und Instrumente des Neuromarketings für seine Anwendung im heutigen Geschäftsumfeld im Detail zu erlernen”

02

Warum an der TECH studieren?

TECH ist die weltweit größte 100%ige Online Business School. Es handelt sich um eine Elite-Business School mit einem Modell, das höchsten akademischen Ansprüchen genügt. Ein leistungsstarkes internationales Zentrum für die intensive Fortbildung von Führungskräften.



“

TECH ist eine Universität an der Spitze der Technologie, die dem Studenten alle Ressourcen zur Verfügung stellt, um ihm zu helfen, geschäftlich erfolgreich zu sein"

Bei TECH Technologische Universität



Innovation

Die Universität bietet ein Online-Lernmodell an, das modernste Bildungstechnologie mit höchster pädagogischer Genauigkeit verbindet. Eine einzigartige Methode mit höchster internationaler Anerkennung, die dem Studenten die Schlüssel für seine Entwicklung in einer Welt des ständigen Wandels liefert, in der Innovation der wesentliche Einsatz eines jeden Unternehmers sein muss.

“Die Erfolgsgeschichte von Microsoft Europa” für die Einbeziehung des neuen interaktiven Multivideosystems in unsere Programme.



Maximalforderung

Das Zulassungskriterium von TECH ist nicht wirtschaftlich. Sie brauchen keine große Investitionen zu tätigen, um bei TECH zu studieren. Um jedoch einen Abschluss bei TECH zu erlangen, werden die Grenzen der Intelligenz und der Kapazität des Studenten getestet. Die akademischen Standards von TECH sind sehr hoch...

95% | der Studenten von TECH schließen ihr Studium erfolgreich ab



Networking

Fachleute aus der ganzen Welt nehmen an der TECH teil, so dass der Student ein großes Netzwerk von Kontakten knüpfen kann, die für seine Zukunft nützlich sein werden.

+100.000 jährlich spezialisierte Manager
+200 verschiedene Nationalitäten



Empowerment

Der Student wird Hand in Hand mit den besten Unternehmen und Fachleuten von großem Prestige und Einfluss wachsen. TECH hat strategische Allianzen und ein wertvolles Netz von Kontakten zu den wichtigsten Wirtschaftsakteuren auf den 7 Kontinenten aufgebaut.

+500 | Partnerschaften mit den besten Unternehmen



Talent

Dieses Programm ist ein einzigartiger Vorschlag, um die Talente des Studenten in der Geschäftswelt zu fördern. Eine Gelegenheit für ihn, seine Anliegen und seine Geschäftsvision vorzutragen.

TECH hilft dem Studenten, sein Talent am Ende dieses Programms der Welt zu zeigen.



Multikultureller Kontext

Ein Studium bei TECH bietet dem Studenten eine einzigartige Erfahrung. Er wird in einem multikulturellen Kontext studieren. In einem Programm mit einer globalen Vision, dank derer er die Arbeitsweise in verschiedenen Teilen der Welt kennenlernen und die neuesten Informationen sammeln kann, die am besten zu seiner Geschäftsidee passen.

Unsere Studenten kommen aus mehr als 200 Ländern.

TECH strebt nach Exzellenz und hat zu diesem Zweck eine Reihe von Merkmalen, die sie zu einer einzigartigen Universität machen:



Analyse

TECH erforscht die kritische Seite des Studenten, seine Fähigkeit, Dinge zu hinterfragen, seine Problemlösungsfähigkeiten und seine zwischenmenschlichen Fähigkeiten.



Akademische Spitzenleistung

TECH bietet dem Studenten die beste Online-Lernmethodik. Die Universität kombiniert die *Relearning*-Methode (die international am besten bewertete Lernmethode für Aufbaustudien) mit der Fallstudie. Tradition und Avantgarde in einem schwierigen Gleichgewicht und im Rahmen einer anspruchsvollen akademischen Laufbahn.



Skaleneffekt

TECH ist die größte Online-Universität der Welt. Sie verfügt über ein Portfolio von mehr als 10.000 Hochschulabschlüssen. Und in der neuen Wirtschaft gilt: **Volumen + Technologie = disruptiver Preis**. Damit stellt TECH sicher, dass das Studium nicht so kostspielig ist wie an anderen Universitäten.



Mit den Besten lernen

Das Lehrteam von TECH erklärt im Unterricht, was sie in ihren Unternehmen zum Erfolg geführt hat, und zwar in einem realen, lebendigen und dynamischen Kontext. Lehrkräfte, die sich voll und ganz dafür einsetzen, eine hochwertige Spezialisierung zu bieten, die es dem Studenten ermöglicht, in seiner Karriere voranzukommen und sich in der Geschäftswelt zu profilieren.

Lehrkräfte aus 20 verschiedenen Ländern.



Bei TECH werden Sie Zugang zu den präzisesten und aktuellsten Fallstudien im akademischen Bereich haben"

03

Warum unser Programm?

Die Teilnahme am TECH-Programm bedeutet eine Vervielfachung der Chancen auf beruflichen Erfolg im Bereich der höheren Unternehmensführung.

Es ist eine Herausforderung, die Anstrengung und Hingabe erfordert, aber die Tür zu einer vielversprechenden Zukunft öffnet. Der Student wird von den besten Lehrkräften und mit den flexibelsten und innovativsten Lehrmethoden unterrichtet.



“

Wir verfügen über das renommierteste Dozententeam und den umfassendsten Lehrplan auf dem Markt, so dass wir Ihnen eine Fortbildung auf höchstem akademischen Niveau bieten können"

Dieses Programm bietet eine Vielzahl von beruflichen und persönlichen Vorteilen, darunter die Folgenden:

01

Einen deutlichen Schub für die Karriere des Studenten

Mit einem Studium bei TECH wird der Student seine Zukunft selbst in die Hand nehmen und sein volles Potenzial entfalten können. Durch die Teilnahme an diesem Programm wird er die notwendigen Kompetenzen erwerben, um in kurzer Zeit eine positive Veränderung in seiner Karriere zu erreichen.

70% der Teilnehmer dieser Spezialisierung erreichen in weniger als 2 Jahren eine positive Veränderung in ihrer Karriere.

02

Entwicklung einer strategischen und globalen Vision des Unternehmens

TECH bietet einen detaillierten Überblick über das allgemeine Management, um zu verstehen, wie sich jede Entscheidung auf die verschiedenen Funktionsbereiche des Unternehmens auswirkt.

Die globale Vision des Unternehmens von TECH wird Ihre strategische Vision verbessern.

03

Konsolidierung des Studenten in der Unternehmensführung

Ein Studium an der TECH öffnet die Türen zu einem beruflichen Panorama von großer Bedeutung, so dass der Student sich als hochrangiger Manager mit einer umfassenden Vision des internationalen Umfelds positionieren kann.

Sie werden mehr als 100 reale Fälle aus dem Bereich der Unternehmensführung bearbeiten.

04

Übernahme neuer Verantwortung

Während des Programms werden die neuesten Trends, Entwicklungen und Strategien vorgestellt, damit der Student seine berufliche Tätigkeit in einem sich verändernden Umfeld ausüben kann.

45% der Studenten werden intern befördert.

05

Zugang zu einem leistungsfähigen Netzwerk von Kontakten

TECH vernetzt seine Studenten, um ihre Chancen zu maximieren. Studenten mit den gleichen Sorgen und dem Wunsch zu wachsen. So wird es möglich sein, Partner, Kunden oder Lieferanten zu teilen.

Sie werden ein Netz von Kontakten finden, das für Ihre berufliche Entwicklung unerlässlich ist.

06

Rigoreuse Entwicklung von Unternehmensprojekten

Der Student wird eine tiefgreifende strategische Vision erlangen, die ihm helfen wird, sein eigenes Projekt unter Berücksichtigung der verschiedenen Bereiche des Unternehmens zu entwickeln.

20% unserer Studenten entwickeln ihre eigene Geschäftsidee.

07

Verbesserung von *Soft Skills* und Führungsqualitäten

TECH hilft dem Studenten, sein erworbenes Wissen anzuwenden und weiterzuentwickeln und seine zwischenmenschlichen Fähigkeiten zu verbessern, um eine Führungspersönlichkeit zu werden, die etwas bewirkt.

Verbessern Sie Ihre Kommunikations- und Führungsfähigkeiten und geben Sie Ihrer Karriere einen neuen Impuls.

08

Teil einer exklusiven Gemeinschaft sein

Der Student wird Teil einer Gemeinschaft von Elite-Managern, großen Unternehmen, renommierten Institutionen und qualifizierten Professoren der renommiertesten Universitäten der Welt sein: die Gemeinschaft der TECH Technologischen Universität.

Wir bieten Ihnen die Möglichkeit, sich mit einem Team von international anerkannten Dozenten zu spezialisieren.

04 Ziele

Der extrem starke und aggressive Wettbewerb, der auf dem heutigen Markt für jedes Produkt und jede Dienstleistung herrscht, hat dazu geführt, dass sich Fachleute aus verschiedenen Bereichen mit immer spezifischeren, innovativeren und effizienteren Techniken und Strategien auseinandersetzen müssen, wie beispielsweise jene, die sich aus dem Neuromarketing ergeben. Aus diesem Grund ist es das Ziel dieses Studiengangs, den Absolventen die umfassendsten und innovativsten Informationen in diesem Bereich zu vermitteln, die es den Fachleuten ermöglichen, ihre Praxis zu aktualisieren und auf das höchste Niveau zu bringen, um durch das Management von Projekten höchster Qualität geschäftlichen Erfolg zu erzielen.



“

Ein Programm, das Ihnen hilft, Ihre ehrgeizigsten akademischen und beruflichen Ziele zu erreichen, indem es Ihnen 450 Stunden der besten theoretischen, praktischen und ergänzenden Inhalte im Bereich des angewandten Neuromarketings bietet”

**TECH macht sich die Ziele ihrer Studenten zu eigen.
Gemeinsam arbeiten sie daran, diese zu erreichen.**

Der **Universitätsexperte in Angewandtes Neuromarketing** wird den Studenten zu Folgendem befähigen:

01

Aufzeigen der Nützlichkeit der Integration und Anwendbarkeit der verschiedenen Techniken in der Marketingforschung zusammen mit Neuromarketing

04

Fördern des kritischen Denkens der Studenten und Aneignung der Denkweise eines multidisziplinären Marktforschers

02

Definieren der Vielfalt von quantitativen und qualitativen Techniken und Neuromarketing-Tools

03

Festlegen der Entwurfsphasen in einem Neuromarketing-Projekt

05

Vorstellen verschiedener ethnographischer Forschungstechniken in Verbindung mit Neuromarketing und ihrer Nützlichkeit für ein Forschungsprojekt



06

Vorschlagen von Aktionslinien in Kommunikationsprojekten mit der Integrität verschiedener Disziplinen und Hervorheben der Bedeutung von Neuromarketing in diesem Prozess

08

Präsentieren eines klaren Bildes des Nutzerprofils und der Erwartungen in Bezug auf die digitale Umgebung, Identifizierung und Verständnis des Online-Verbraucherverhaltens



09

Ausrichten der Erwartungen von Unternehmen und Kunden im Internet

07

Bestimmen der Bedeutung der Ethik in der Welt des Neuromarketings

10

Zusammenstellen der wichtigsten Techniken und Ressourcen des Neuromarketings, die auf das digitale Marketing angewandt werden sowie Bewerten und Anpassen der Kommunikationsstrategien an das digitale Umfeld

11

Identifizieren der Rolle von Social Media-Strategien auf der Grundlage von Neuromarketing als Instrument zum Verständnis des Verbrauchers und zur Verbesserung der Markenwahrnehmung in diesem Umfeld

12

Erarbeiten der wichtigsten Merkmale des Webdesigns auf der Grundlage des Neuromarketings mit Schwerpunkt auf der Verbesserung des Kundenerlebnisses

13

Aufzeigen von Möglichkeiten, Marketingprozesse mit Hilfe von *Growth* ganzheitlicher zu analysieren, anzuwenden und zu strukturieren





14

Eingehendes Analysieren des Marktes über eine SWOT hinaus und Identifizieren neuer Variablen aus der Perspektive von *Social Media Intelligence* und *Growth Marketing*

15

Betrachten des Verbrauchers als zentrale Achse unseres gesamten Geschäfts, über das Produkt hinaus

16

Entwickeln einer neuen Form von Neuromarketing-Anwendung, die mit *Growth Marketing Insights* verschmolzen ist

05

Struktur und Inhalt

Das Dozententeam hat monatelang intensiv an der Ausarbeitung der theoretischen, praktischen und ergänzenden Inhalte dieses Universitätsexperten gearbeitet. Dieses Programm ist somit das Ergebnis einer umfassenden akademischen Forschung, die es ermöglicht hat, einen Lehrplan auf höchstem Niveau sowie dynamisches, spezialisiertes und hochmodernes multidisziplinäres Material zu entwickeln. Auf diese Weise haben die Studenten Zugang zu einer unvergleichlichen Erfahrung, die es ihnen ermöglicht, sich im Bereich des angewandten Neuromarketings in nur 6 Monaten 100% online zu spezialisieren.



“

Möchten Sie Forschungstechniken und deren Kombination mit Neuromarketing kennenlernen? Dann entscheiden Sie sich für ein Programm wie dieses, das Ihnen alles bietet, was Sie brauchen, um dieses Ziel auf dynamische Weise zu erreichen”

Lehrplan

TECH hat in den Lehrplan dieses Universitätsexperten in Angewandtes Neuromarketing 450 Stunden der besten theoretischen, praktischen und ergänzenden Inhalte aufgenommen, die den Studenten ermöglichen, ein breites und spezialisiertes Wissen in diesem Bereich zu erwerben, das im heutigen Geschäftsumfeld anwendbar ist. Es handelt sich um eine 100%ige akademische Online-Erfahrung, die ihnen helfen wird, ihre Praxis auf der Grundlage der aktuellen Markttrends zu aktualisieren, so dass sie Projekte auf höchstem Niveau entwickeln können.

Dank der Gründlichkeit, mit der der Studiengang konzipiert wurde, ist es gelungen, die Grundlagen und Instrumente der Marktforschung im Zusammenspiel von Handelsaktivitäten und Verbraucherverhalten mit ihrer Anwendung im heutigen digitalen Umfeld zu verbinden. So werden die Studenten nicht nur in der Lage sein, Strategien für den Offline-Kontext zu entwickeln, sondern auch die Online-Welt zu beherrschen und einen umfassenderen und spezialisierteren Service anzubieten.

All dies wird ihnen helfen, die effektivsten und innovativsten *Social Media Intelligence*- und *Growth Marketing*-Strategien in ihrer Praxis umzusetzen, was ihr professionelles Talent maximiert und es ihnen ermöglicht, eine hochkarätige Führungskraft zu werden. Dadurch erhöhen sich ihre Chancen auf eine Anstellung in einem renommierten Unternehmen sowie auf eine Beförderung und somit auf eine beträchtliche Gehaltserhöhung nach nur 6 Monaten 100%iger Online-Fortbildung.

Dieser Universitätsexperte erstreckt sich über sechs Monate und ist in drei Module unterteilt:

Modul 1

Grundlagen und Instrumente der Marktforschung im Zusammenspiel mit Neuromarketing

Modul 2

Neuromarketing angewandt auf digitale Erlebnisse

Modul 3

Social Media Intelligence und *Growth Marketing* im Neuromarketing



Wo, wann und wie wird unterrichtet?

TECH bietet die Möglichkeit, diesen Universitätsexperten in Angewandtes Neuromarketing vollkommen online zu absolvieren. Während der 6-monatigen Spezialisierung können die Studenten jederzeit auf alle Inhalte des Programms zugreifen und so ihre Studienzzeit selbst verwalten.

Eine einzigartige, wichtige und entscheidende Bildungserfahrung, um Ihre berufliche Entwicklung voranzutreiben und den endgültigen Sprung zu schaffen.

Modul 1. Grundlagen und Instrumente der Marktforschung im Zusammenspiel mit Neuromarketing

1.1. Weg der Marktforschung und die Rolle des Neuromarketings

- 1.1.1. Marktforschung und Neuromarketing in der heutigen Landschaft
- 1.1.2. Beitrag der Neurowissenschaften zur Marktforschung
- 1.1.3. Neuromarketing und die Zukunft der Marktforschung

1.2. Business Intelligence angewandt auf Marktforschung und Neuromarketing

- 1.2.1. Von der *Market Research* zur *Business Intelligence*
- 1.2.2. Rolle des Neuromarketings bei *Business Intelligence*
- 1.2.3. Techniken und Instrumente der Marktforschung in Kombination mit Neuromarketing

1.3. Forschungstechniken und ihre Kombination mit Neuromarketing in der heutigen Zeit

- 1.3.1. Umfragen in Kombination mit Neuromarketing und ihre Anwendung in der Marketingforschung
- 1.3.2. Interviews und *Focus Groups* und ihre Kombination mit Neuromarketing in der Marktforschung
- 1.3.3. Triangulation und ihre Bedeutung für den Erfolg eines Marktforschungsprojekts

1.4. Neuromarketing-Tools. Anwendung in der Marktforschung

- 1.4.1. *Facial Coding*
- 1.4.2. *Eye Tracker*
- 1.4.3. *Skin Conductance*
- 1.4.4. Elektroenzephalogramm
- 1.4.5. TAI

1.5. Forschungsdesign im Neuromarketing

- 1.5.1. *Briefing* und Unternehmensprojekt
- 1.5.2. Rekrutierungsfilter und Musterrekrutierung
- 1.5.3. Feldarbeit
- 1.5.4. Analyse und Interpretation der Ergebnisse
- 1.5.5. Aufbereitung und Präsentation der Ergebnisse
- 1.5.6. Gelernte Lektionen und Schlussfolgerungen

1.6. Neuroqualitative Erfahrungen und ihre Anwendung auf die Marktforschung

- 1.6.1. *Insight*-Transformator
- 1.6.2. Erlebnisorientiertes Neuroqualitatives
- 1.6.3. Nützlichkeit von erfahrungsbasierten Neuroqualitativen
- 1.6.4. Werkzeuge, die in erfahrungsbasierten Neuroqualitativen verwendet werden
- 1.6.5. Umsetzung eines Plans mit erlebnispädagogischen Neuroqualitativen

1.7. Ethnographische Forschung und ihre Kombination mit Neuromarketing in der Marktforschung

- 1.7.1. Ethnografische Forschung in Kombination mit Neuromarketing
- 1.7.2. Ziele der Ethnographie und des Neuromarketings und ihre leistungsstarke Kombination in der Marktforschung
- 1.7.3. Methodik in einem Marketingforschungsprojekt: ethnographische Forschung und Neuromarketing

1.8. Neuromarketing und digitale Kommunikation

- 1.8.1. Aufbau erfolgreicher Marken durch Neuromarketing
- 1.8.2. Neuromarketing in der aktuellen Kommunikation und Medienplanung
- 1.8.3. Der Beitrag des Neuromarketings zur traditionellen Kommunikation

1.9. Ethik im Neuromarketing

- 1.9.1. Angewandte Ethik im Neuromarketing
- 1.9.2. Ethik in der Werbung
- 1.9.3. NMSBA-Ethikkodex

1.10. Erfolgsgeschichten in Marktforschungsprojekten mit Neuromarketing

- 1.10.1. Die Beiträge des Neuromarketings zur Markenanalyse
- 1.10.2. Neuromarketing-Projekt in der Kosmetikbranche
- 1.10.3. Neuromarketing-Projekt in der Pharmabranche

Modul 2. Neuromarketing angewandt auf digitale Erlebnisse

2.1. Verbraucherverhalten bei digitalen Erlebnissen

- 2.1.1. Marketing 5.0
- 2.1.2. Der neue Online-Verbraucher
- 2.1.3. Psychologie des Online-Käufers

2.2. Neuromarketing und digitale Erlebnisse

- 2.2.1. Veränderungen im Online-Einkaufsverhalten
- 2.2.2. Neuromarketing als Innovation im digitalen Marketing
- 2.2.3. Digitale Tools für das Neuromarketing

2.3. Neuromarketing-Techniken zur Messung von Benutzerfreundlichkeit und Benutzerzufriedenheit

- 2.3.1. Neuromarketing zur Messung digitaler Umgebungen
- 2.3.2. Forschungsdesign für digitale Umgebungen
- 2.3.3. Interpretation der Ergebnisse

2.4. Verbraucherverhalten in sozialen Netzwerken

- 2.4.1. Nutzerverhalten in sozialen Netzwerken
- 2.4.2. Emotionale Bewertung einer Marke: Ton, Stimme und Stil
- 2.4.3. Content-Strategie, um mit den Nutzern in Verbindung zu treten

2.5. Aktuelles Nutzerverhalten aus der Perspektive des Neuromarketings

- 2.5.1. Unbewusste Prozesse im Online-Kundenverhalten
- 2.5.2. Wecken des Wunsches zu verkaufen
- 2.5.3. Identifizierung von Verhaltensmustern: *Customer Journey*

2.6. Neuromarketing als digitales Werkzeug für die Wirtschaft

- 2.6.1. Strategieentwicklung: Neuromarketing, empirisches Wissen und *Design Thinking*
- 2.6.2. Neuromarketing: ein notwendiger Bestandteil des Business-Toolkits
- 2.6.3. Neuromarketing als Instrument zur Steigerung des ROI von digitalen Marketingkampagnen

2.7. UX-Techniken aus der Perspektive des Neuromarketings

- 2.7.1. UX *Writing*-Techniken, die das emotionale Erlebnis stärken
- 2.7.2. UX *Design* mit Techniken des Neuromarketings
- 2.7.3. Webseiten, die funktionieren: Vermeidung von verwirrenden und frustrierenden Kundenerlebnissen
- 2.7.4. Wie konsumiert das Gehirn Webseiten?
- 2.7.5. Neuro-Design angewandt auf digitales Marketing

2.8. Neuromarketing in der Online-Werbung

- 2.8.1. Online-Werbung und Emotionen
- 2.8.2. Implizites Gedächtnis in der digitalen Werbung
- 2.8.3. Neuromarketing als Werkzeug für Online-Werbung

2.9. Ein neuer Blick auf das digitale Neuromarketing

- 2.9.1. Digitales Neuromarketing: kognitive Verzerrungen
- 2.9.2. Der Mensch, den wir "Kunde" nennen
- 2.9.3. Kognitive Verzerrungen: eine andere Perspektive

2.10. Neuromarketing zur Erforschung des Nutzerverhaltens in sozialen Netzwerken: praktische Anwendung

- 2.10.1. Fallstudie: Neuromarketing-Forschung auf Instagram
- 2.10.2. Definition von Forschung auf Instagram
- 2.10.3. Die bei der Forschung verwendeten Tools
- 2.10.4. Analyse der Forschungsergebnisse

Modul 3. Social Media Intelligence und Growth Marketing im Neuromarketing

- 3.1. Growth und seine Interaktion mit Neuromarketing**
 3.1.1. *Growth Marketing*
 3.1.2. *Growth-Neuromarketing*
 3.1.3. Berührungspunkte der beiden Bereiche

- 3.2. Growth-Neuromarketing, die Verschmelzung der Zukunft**
 3.2.1. Wachstumsdaten und Neuromarketing-Analyse
 3.2.2. Marktstudie unter den Parametern von *Neuro Growth*
 3.2.3. Strategieentwicklung aus der Fusion mit *Neuro Growth*

- 3.3. Social Media Intelligence und ihr Touch Point mit Neuromarketing**
 3.3.1. Marktanalyse mit einem transversalen Ansatz
 3.3.2. *Benchmarking* und Neuromarketing
 3.3.3. Der Markt, die Analyse, die Daten und die ersten Schritte der Strategie

- 3.4. Growth Marketing Funnel und seine Kpis in Verbindung mit Neuromarketing**
 3.4.1. Traditioneller *Growth Funnel* vs. *Neuro Growth Funnel*
 3.4.2. KPI Goals und umsetzbare KPIs der Strategie
 3.4.3. Festlegung der Ziele und der Markenstrategie

- 3.5. Die Strategie und der Kaufentscheidungsprozess aus dem Neuro Growth-Ansatz**
 3.5.1. Daten und Analysen zum Auslöser im Kaufentscheidungsprozess
 3.5.2. Erfahrung als Verbündeter in der Strategie
 3.5.3. *E-Commerce* und seine Rolle im Kaufprozess

- 3.6. Buyer Persona, ihre Reise im Kaufprozess**
 3.6.1. Erforschung des Zielverbrauchers von *Neuro Growth*
 3.6.2. *Touch Point* der *Buyer Persona* und Entscheidungsfindung in *Neuro Growth*
 3.6.3. *Customer Journey Map*, Erwartungen und unser Wertversprechen

- 3.7. Digitales Ökosystem, Markenpräsenz und Neuromarketing**
 3.7.1. Erwartungen der *Buyer Persona* in sozialen Netzwerken
 3.7.2. Einflussnahme über *Paid Media* hinaus
 3.7.3. *Content-Strategie* mit dem *Buyer* und seinem Kaufprozess im Hinterkopf

- 3.8. Inhalte in Social Media aus dem Neuromarketing**
 3.8.1. Der Inhalt und seine Rolle im Entscheidungsfindungsprozess des *Buyers*
 3.8.2. Der Ton der Kommunikation und sein Einfluss auf den Entscheidungsfindungsprozess des *Buyers*
 3.8.3. *Social Media*, Omnichannel und die Erfahrung mit meiner Marke

- 3.9. Life Time Value. Die langfristige Erfahrung in Neuro Growth**
 3.9.1. Verständnis für den Lebenszyklus meiner *Customer* und Produkte
 3.9.2. *Life Time Value* des *Customer*. Erfahrungen als bestimmende Elemente
 3.9.3. *Neuro Growth* und die Optimierung des *Life-Time-Value* meines *Customers*

- 3.10. Web-Analysen und Kaufströme im digitalen Kanal**
 3.10.1. Google Analytics und der Ablauf des Kaufprozesses auf der Website
 3.10.2. Interpretation und Analyse der Lecks im Prozess unter dem Blickwinkel von *Neuro Growth*
 3.10.3. Webanalysedaten, Analyse, Optimierungen und *Neuro Growth*



“

Durch den Einsatz der innovativen Relearning-Methode bei der Entwicklung dieses Programms sparen Sie Stunden an Studienzeit, ohne dass die Qualität und Vollständigkeit der Informationen darunter leidet”

06

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 hinter sich lässt und Sie durch zyklische Lehrsysteme führt: eine Art des Lernens, die sich als äußerst effektiv erwiesen hat, insbesondere in Fächern, die Auswendiglernen erfordern"



Die TECH Business School verwendet die Fallstudie, um alle Inhalte zu kontextualisieren.

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 an den Grundlagen der traditionellen Universitäten auf der ganzen Welt rüttelt"



Dieses Programm bereitet Sie darauf vor, geschäftliche Herausforderungen in einem unsicheren Umfeld zu meistern und Ihr Unternehmen erfolgreich zu machen.



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

Eine innovative und andersartige Lernmethode

Dieses TECH-Programm ist eine intensive Spezialisierung, die von Grund auf neu geschaffen wurde, um Managern Herausforderungen und Geschäftsentscheidungen auf höchstem Niveau zu bieten, sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene. 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 geschäftliche Realität berücksichtigt wird.

“ *Sie werden durch gemeinschaftliche Aktivitäten und reale Fälle lernen, komplexe Situationen in realen Geschäftsumgebungen zu lösen“*

Die Fallmethode ist das am weitesten verbreitete Lernsystem an den besten Business Schools der Welt, seit es sie gibt. Die Fallmethode wurde 1912 entwickelt, damit Jurastudenten das Recht nicht nur auf der Grundlage theoretischer Inhalte erlernen.

Sie bestand darin, ihnen reale komplexe Situationen zu präsentieren, damit sie fundierte Entscheidungen treffen und Werturteile darüber fällen konnten, wie diese zu lösen sind. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard etabliert.

Was sollte eine Fachkraft in einer bestimmten Situation tun? Mit dieser Frage werden wir bei der Fallmethode konfrontiert, einer handlungsorientierten Lernmethode. Während des gesamten Programms werden die Studenten mit mehreren realen Fällen konfrontiert. Sie müssen ihr gesamtes Wissen integrieren, recherchieren, argumentieren und ihre Ideen und Entscheidungen verteidigen.

Relearning Methodology

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

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

Unser Online-System ermöglicht es Ihnen, Ihre Zeit und Ihr Lerntempo zu organisieren und an Ihren Zeitplan anzupassen. Sie können die Inhalte von jedem festen oder mobilen Gerät mit Internetanschluss abrufen.

Bei TECH lernen Sie mit einer hochmodernen Methodik, die darauf ausgerichtet ist, die Führungskräfte der Zukunft zu spezialisieren. Diese Methode, die an der Spitze der weltweiten Pädagogik steht, wird Relearning genannt.

Unsere Wirtschaftshochschule ist die einzige spanischsprachige Schule, 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 spanischsprachigen Online-Universität zu verbessern.



In unserem Programm ist das Lernen kein linearer Prozess, sondern erfolgt in einer Spirale (lernen, verlernen, vergessen und neu lernen). Daher kombinieren wir jedes dieser Elemente konzentrisch. 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 fortgebildet. 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 Ihre Spezialisierung 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 Neurocognitive Context-Dependent E-Learning 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 Online-Arbeitsmethode von TECH zu schaffen. All dies mit den neuesten Techniken, die in jedem einzelnen der Materialien, die dem Studenten zur Verfügung gestellt werden, qualitativ hochwertige Elemente bieten.



Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt.

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



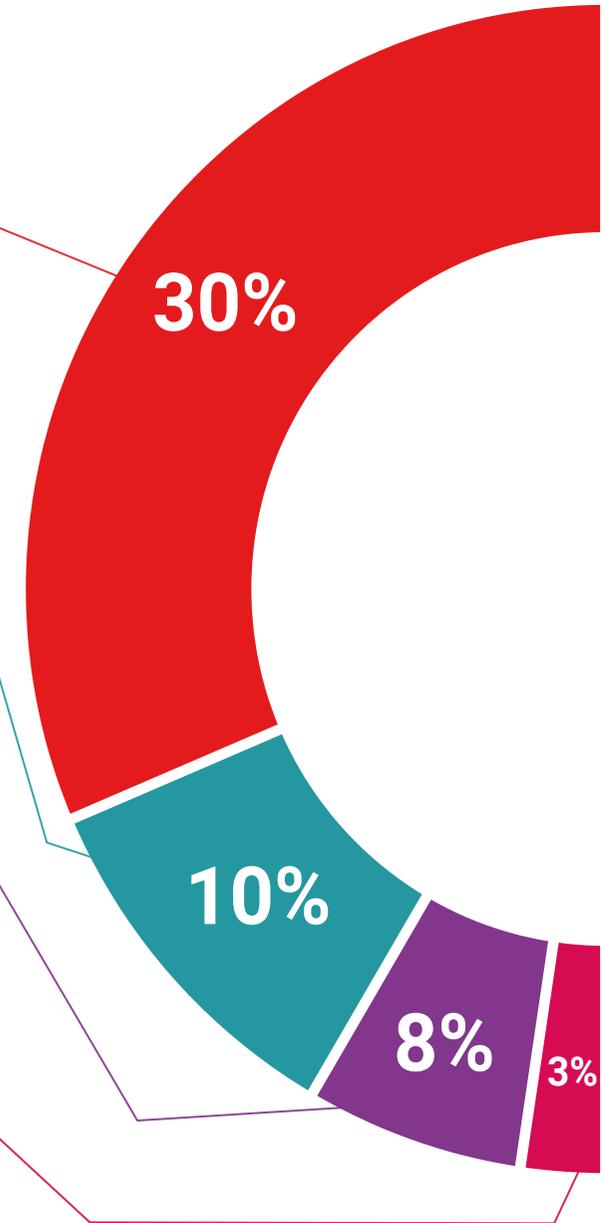
Übungen zu Managementfähigkeiten

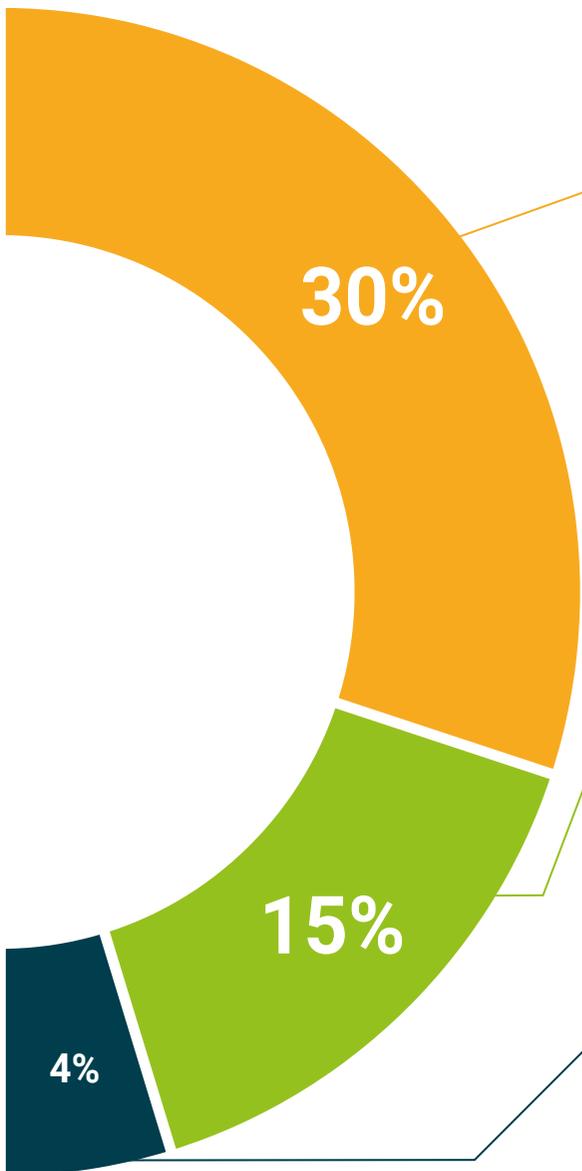
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Managementfähigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Übungen und Aktivitäten zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein leitender Angestellter im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



Weitere Lektüren

Aktuelle Artikel, Konsensdokumente und internationale Leitfäden, u. a. In der virtuellen Bibliothek von TECH hat der Student Zugang zu allem, was er für seine Fortbildung benötigt.





Case Studies

Sie werden eine Auswahl der besten Fallstudien vervollständigen, die speziell für diese Qualifizierung ausgewählt wurden. Fälle, die von den besten Experten in Senior Management der internationalen Szene präsentiert, analysiert und betreut werden.



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.



Testing & Retesting

Die Kenntnisse des Studenten werden während des gesamten Programms regelmäßig durch Bewertungs- und Selbsteinschätzungsaktivitäten und -übungen beurteilt und neu bewertet, so dass der Student überprüfen kann, wie er seine Ziele erreicht.



07

Profil unserer Studenten

Der Universitätsexperte richtet sich an Hochschulabsolventen mit einem Abschluss in Sozial-, Rechts-, Verwaltungs- oder Wirtschaftswissenschaften.

Der multidisziplinäre Ansatz des Programms wird durch die Vielfalt der Teilnehmer mit unterschiedlichen akademischen Profilen und Nationalitäten unterstrichen.

Auch Berufstätige mit einem Hochschulabschluss in einem beliebigen Bereich und zwei Jahren Berufserfahrung im Bereich Werbung und Marketing können den Universitätsexperten absolvieren.





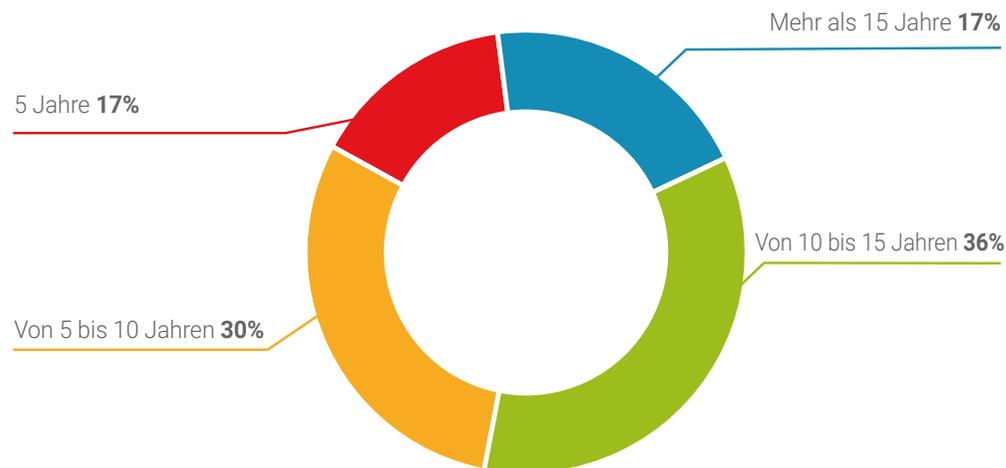
“

Ein flexibler und hochmoderner Studiengang, der sich an verschiedene Berufsprofile anpasst, die alle das gleiche Ziel verfolgen: geschäftlichen Erfolg im Bereich des angewandten Neuromarketings”

Durchschnittliches Alter

Zwischen **35** und **45** Jahren

Jahre der Erfahrung



Ausbildung

Betriebswirtschaftslehre 25%

Marketing und Werbung 41%

Sozialwissenschaften 19%

Sonstige 15%

Akademisches Profil

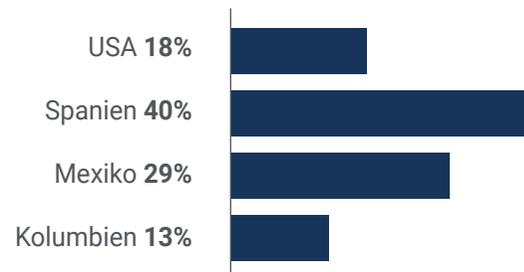
Industrie 35%

Dienstleistungen 19%

Unternehmer 28%

Sonstige 18%

Geografische Verteilung



Jorge Méndez

Senior Labortechniker für Neuromarketing

“Ich empfehle dieses Programm allen Marketingfachleuten, insbesondere im digitalen Bereich, die einen qualitativen Sprung in ihrer Karriere machen möchten. Dank dieses Universitätsexperten konnte ich meine Fähigkeiten in einem boomenden Bereich wie dem Neuromarketing auf den neuesten Stand bringen. Ich hatte Zugang zu einem abwechslungsreichen, umfassenden und innovativen Lehrplan, der es mir ermöglichte, spezialisierte Projekte zu entwickeln, die es mir bis heute erlaubt haben, alle vorgeschlagenen Ziele zu erreichen, selbst die anspruchsvollsten”

08

Kursleitung

Eines der Markenzeichen von TECH ist die akademische Betreuung durch ein Team von Dozenten, die auf das Fachgebiet spezialisiert sind, auf dem der Studiengang beruht. Aus diesem Grund wurde für diesen Universitätsexperten ein hochkarätiges Dozententeam ausgewählt, das sich mit Psychologie und Wirtschaft auskennt. Es handelt sich um eine Gruppe von Fachleuten, die nicht nur über ein unvergleichliches akademisches Curriculum verfügen, sondern auch erfolgreiche Projekte im kommerziellen Umfeld geleitet haben, wobei sie ihre Strategien auf den Einsatz der innovativsten und fortschrittlichsten Techniken und Instrumente des Neuromarketings stützen.





“

Nicht alle Studiengänge verfügen über ein Dozententeam, das sich in diesem Bereich auskennt. Deshalb ist TECH anders und besser als alle anderen, denn sie bietet Ihnen eine geführte und garantierte Unterstützung”

Leitung



Hr. Carrascosa Mendoza, Gabriel

- ♦ Forscher und Direktor von Fusión Lab, Labor für angewandtes Neuromarketing
- ♦ Berater in den Bereichen Marketing, Marktforschung, Neuromarketing und Kommunikation bei der Europäischen Vereinigung für Neuromarketing - AEN
- ♦ Ehrenmitglied der AMNAC (Mexikanischer Verband für Neuromarketing und Verbraucheranalyse)
- ♦ Hochschulabschluss in Betriebswirtschaft von der University of Wales (UK)
- ♦ Masterstudiengang in Neuromarketing und Verbraucherverhalten an der Europäischen Universität Miguel de Cervantes UEMC
- ♦ Universitätsexperten-Kurs: Neuromarketing und Verbraucherverhalten, Universität Nebrija
- ♦ Technischer Kurs zur Entwicklung und Anwendung von Eye Tracking im Neuromarketing-SMI

Professoren

Hr. Holgado Mollà, Jesús

- ♦ Client Executive bei Kantar Insights
- ♦ Analyst bei Kantar Worldpanel
- ♦ Hochschulabschluss in Psychologie von der URV
- ♦ Masterstudiengang in Neuromarketing an der UNIR
- ♦ Bootcamp in Marketing Data Analytics bei EDIX
- ♦ Mitglied der Neuromarketing Science and Business Association (NMSBA)
- ♦ Studium im Bereich Data Science und Marketing Analytics
- ♦ Professor in Company für Statistik und Marketing

Fr. Alff Machado, Larissa

- ♦ Consultant und Implementierungstechnikerin bei Fusion Lab Neuromarketing
- ♦ Hochschulabschluss in Werbung von der UNP
- ♦ Masterstudiengang in Neuromarketing und Verbraucherverhalten von der UCM
- ♦ Masterstudiengang in Digitalem Marketing von der EAE Business School
- ♦ Aufbaustudium in Strategischem Marketing von der Höheren Schule für Marketing in Rio de Janeiro



Fr. Carvacho, Carol

- ◆ Consultant für Growth Marketing, Spezialist für Apps bei Embimedia
- ◆ Consultant für Growth Marketing – Ecommerce
- ◆ Consultant für Web-Analytik bei der Centria-Gruppe
- ◆ Hochschulabschluss in Design
- ◆ Spezialistin für Neuromarketing
- ◆ Aufbaustudium in Neuromarketing
- ◆ Kurse in E-Commerce, Digitale Medien, Growth Marketing und Product Owner
- ◆ Dozentin in der IT-Ausbildung, in verschiedenen Fächern wie Digitales Marketing, Google Analytics, Social Media Ads, Ecommerce, HTML 5 Einführung, Email Marketing und anderen

“

Nutzen Sie die Gelegenheit, sich über die neuesten Fortschritte auf diesem Gebiet zu informieren und diese in Ihrer täglichen Praxis anzuwenden”

09

Auswirkung auf Ihre Karriere

Dank der Gründlichkeit und Präzision, mit der dieser Universitätsexperte konzipiert wurde, werden die Studenten, die an diesem Kurs teilnehmen, ein einzigartiges Wissen erwerben, das es ihnen ermöglicht, sich bei der Entwicklung innovativer Neuromarketing-Projekte von höchster Qualität auszuzeichnen. Sie werden intensiv daran arbeiten, die neuesten Entwicklungen in diesem Bereich mit den effektivsten Geschäftsstrategien zu verbinden, was die Qualität ihres Berufsprofils erhöht und ihnen mehr Möglichkeiten bietet, eine angesehene Position in den besten Unternehmen auf internationaler Ebene zu erreichen.



“

Die Beherrschung von Neuroinsight bringt Sie an die Spitze der Marketingbranche und macht Sie nach nur 6 Monaten 100%iger Online-Fortbildung zu einem angesehenen Experten”

*Das Programm dieses
Universitätsexperten
bietet Ihnen die
Möglichkeit, einen neuen
Ansatz im digitalen
Neuromarketing
zu entwickeln und
Ihre Chancen auf
eine deutliche
Gehaltssteigerung
zu erhöhen.*

Sind Sie bereit, den Sprung zu wagen? Es erwartet sie eine hervorragende berufliche Weiterentwicklung

Der Universitätsexperte in Angewandtes Neuromarketing der TECH ist ein intensives Programm, das die Studenten darauf vorbereitet, Herausforderungen anzunehmen und Geschäftsentscheidungen im Bereich Werbung und Marketing zu treffen. Das Hauptziel ist es, die persönliche und berufliche Entwicklung zu fördern. Ihnen zum Erfolg zu verhelfen.

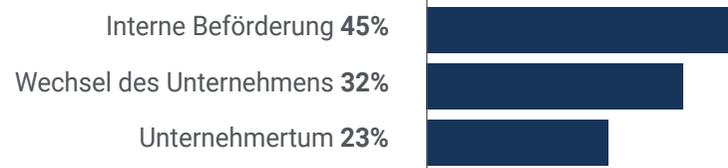
Wenn man sich weiterentwickeln, beruflich etwas bewegen und sich mit den Besten austauschen möchte, ist man hier genau richtig.

*Ein Programm, das
die Weichen für Ihre
berufliche Laufbahn
stellt und mit dem
Sie dank der besten
Strategien zweifellos
die Ziele erreichen, von
denen Sie schon immer
geträumt haben.*

Zeitpunkt des Wandels



Art des Wandels



Gehaltsverbesserung

Der Abschluss dieses Programms bedeutet für unsere Studenten eine Gehaltserhöhung von mehr als **26,24%**



10

Vorteile für Ihr Unternehmen

Durch die Lösung realer Fälle entwickeln die Studenten, die an diesem Programm teilnehmen, eine Reihe von Fähigkeiten, die es ihnen ermöglichen, in ihrer Praxis die besten Techniken anzuwenden, um in komplexen Fällen, in Krisensituationen oder bei Konflikten zu handeln, immer zum Nutzen des Unternehmens, dem sie angehören. Auf diese Weise garantiert TECH, dass die von diesem Universitätsexperten weitergebildeten Fachleute zu einem unentbehrlichen Aktivposten werden, und zwar nicht nur wegen des hohen Spezialisierungsgrades ihrer Kenntnisse, sondern auch wegen ihrer Führungsqualitäten und ihrer Fähigkeit, verschiedene Probleme zu lösen.





“

Mit den Ergebnissen, die Sie nach Abschluss dieses Programms erzielen, wird jedes Unternehmen Sie gerne in seinen Reihen haben und Ihnen die Türen zu einer Zukunft voller großartiger Beschäftigungsmöglichkeiten öffnen”

Die Entwicklung und Bindung von Talenten in Unternehmen ist die beste langfristige Investition.

01

Wachsendes Talent und intellektuelles Kapital

Die Fachkraft wird neue Konzepte, Strategien und Perspektiven in das Unternehmen einbringen, die relevante Veränderungen bewirken können.

02

Bindung von Führungskräften mit hohem Potenzial und Vermeidung der Abwanderung von Fachkräften

Dieses Programm stärkt die Verbindung zwischen dem Unternehmen und der Fachkraft und eröffnet neue Wege für die berufliche Entwicklung innerhalb des Unternehmens.

03

Aufbau von Akteuren des Wandels

Die Fachkraft wird in der Lage sein, in unsicheren und krisenhaften Zeiten Entscheidungen zu treffen und der Organisation zu helfen, Hindernisse zu überwinden.

04

Verbesserte Möglichkeiten zur internationalen Expansion

Dank dieses Programms wird das Unternehmen mit den wichtigsten Märkten der Weltwirtschaft in Kontakt kommen.



05

Entwicklung eigener Projekte

Die Fachkraft kann an einem realen Projekt arbeiten oder neue Projekte im Bereich FuE oder *Business Development* ihres Unternehmens entwickeln.

06

Gesteigerte Wettbewerbsfähigkeit

Dieses Programm wird die Fachkräfte mit den Fähigkeiten ausstatten, neue Herausforderungen anzunehmen und so das Unternehmen voranzubringen.

11

Qualifizierung

Der Universitätsexperte in Angewandtes Neuromarketing 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 **Universitätsexperte in Angewandtes Neuromarketing** 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: **Universitätsexperte in Angewandtes Neuromarketing**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **450 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.



Universitätsexperte Angewandtes Neuromarketing

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

Universitätsexperte

Angewandtes Neuromarketing

