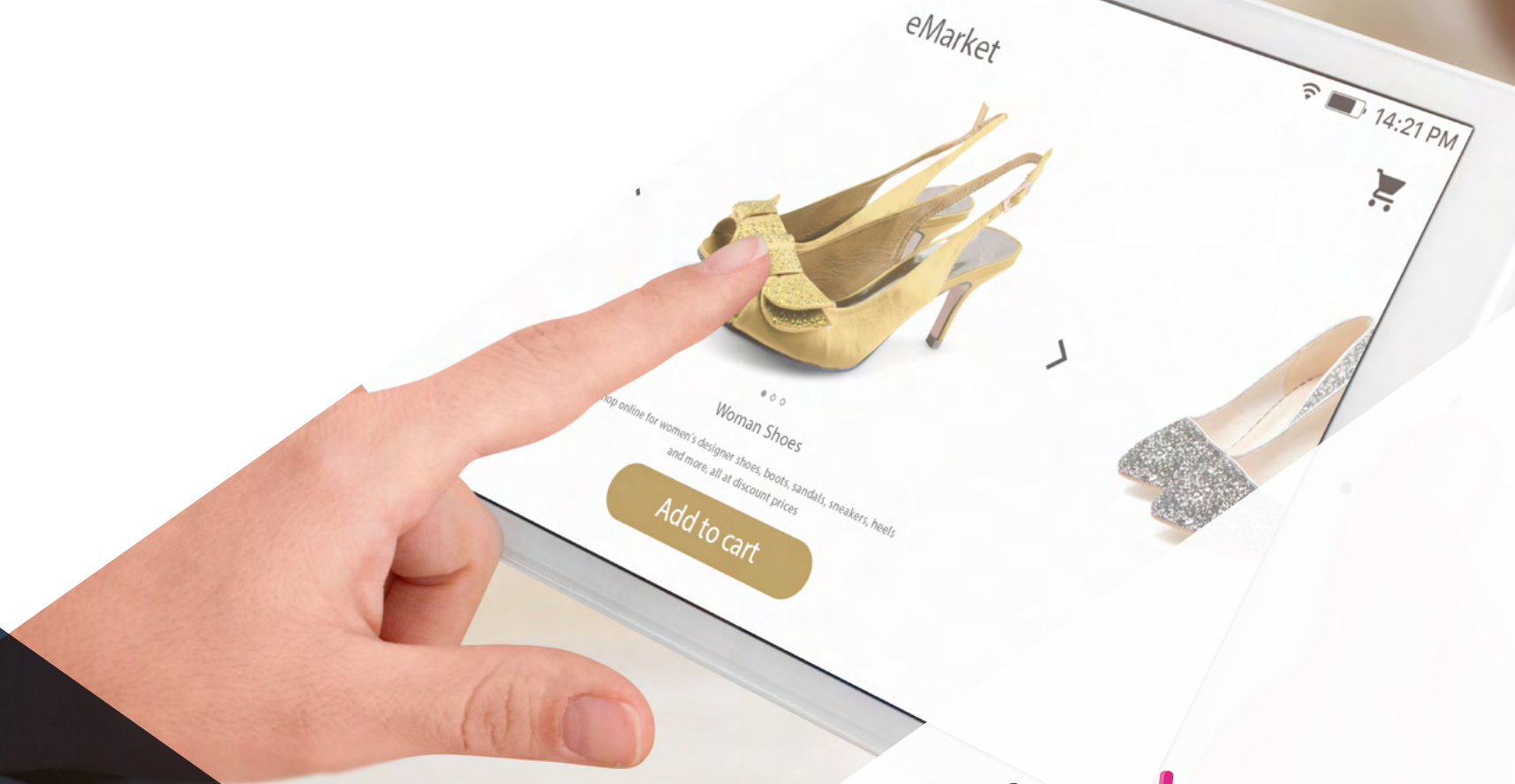


# Universitätsexperte

## Marketing Automation für Mode und Luxus





## Universitätsexperte Marketing Automation für Mode und Luxus

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online
- » Gerichtet an: Fachleute aus verschiedenen akademischen Disziplinen, die sich eingehender mit dem neuen Szenario, das sich in der Welt des Luxus abzeichnet, seinem Wachstum und seinen Marketingmöglichkeiten befassen möchten

Internetzugang: [www.techtitude.com/de/wirtschaftsschule/spezialisierung/spezialisierung-marketing-automation-mode-luxus](http://www.techtitude.com/de/wirtschaftsschule/spezialisierung/spezialisierung-marketing-automation-mode-luxus)

# 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 46

10

Vorteile für ihr Unternehmen

---

Seite 50

11

Qualifizierung

---

Seite 54

# 01 Willkommen

Das Marketing in der Welt des Luxus und der Mode ist im Laufe der Jahre immer komplexer geworden. Da sich die Kommunikationsmethoden ständig weiterentwickeln, muss sich auch die Art und Weise der Übermittlung und des Verkaufs von Produkten mit diesen Merkmalen ändern, um sich an die aufkommenden neuen Märkte und Kunden anzupassen. Durch die Einbeziehung neuer Technologien in die Marketingprozesse und die Erforschung potenzieller Verkaufsnischen ist diese TECH-Qualifikation entstanden, in der die Studenten die Grundlagen der Marketing Automation erlernen können, um sich zu profilieren und große technische oder leitende Positionen im Bereich der Mode und des Luxus anzustreben.



Universitätsexperte in Marketing Automation für Mode und Luxus  
TECH Technologische Universität



“

*Verleihen Sie Ihren Marketingtechniken einen innovativen und avantgardistischen Dreh dank des Studiums, das TECH Ihnen in diesem Universitätsexperten anbietet“*

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 Ausbildung von Führungskräften.



“

*TECH ist eine Universität an der Spitze der Technologie, die den Studenten alle Ressourcen zur Verfügung stellt, um ihnen zu helfen, geschäftlich erfolgreich zu sein”*

## Bei TECH Technologische Universität



### Innovation

Die Universität bietet ein Online-Lernmodell an, das modernste Bildungstechnologie mit höchster pädagogischer Strenge 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 sind nicht wirtschaftlich. Sie brauchen keine große Investitionen zu tätigen, um bei uns zu studieren. Um jedoch einen Abschluss bei TECH zu erlangen, werden die Grenzen der Intelligenz und der Kapazität des Schülers getestet. Die akademischen Standards unserer Einrichtung sind sehr hoch...

**95%**

Der Studenten von TECH schließen ihr Studium erfolgreich ab.



### Vernetzung

Fachleute aus der ganzen Welt nehmen an der TECH teil, so dass die Studenten ein umfangreiches Netz von Kontakten knüpfen können, die ihnen für ihre Zukunft nützlich sein werden.

**+100.000**

Jährlich geschulte 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 der Studenten in der Geschäftswelt zu fördern. Eine Gelegenheit für Sie, Ihre Anliegen und Ihre Unternehmensvisionen vorzutragen.

TECH hilft den Studenten, ihr Talent am Ende dieses Programms der Welt zu zeigen.



### Multikultureller Kontext

Ein Studium bei TECH bietet den Studenten eine einzigartige Erfahrung. Sie werden in einem multikulturellen Kontext studieren. In einem Programm mit einer globalen Vision, dank derer Sie die Arbeitsweise in verschiedenen Teilen der Welt kennenlernen und die neuesten Informationen sammeln können, die am besten zu Ihrer 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 den Studenten die beste Online-Lernmethodik an. Die Universität kombiniert die Relearning-Methode (die international am besten bewertete postgraduale Lernmethodik) mit Fallstudien. Tradition und Avantgarde in einem schwierigen Gleichgewicht, und das im Rahmen des anspruchsvollsten akademischen Weges.



### 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, **Volumen + Technologie = disruptives Preisniveau**. Damit stellen wir sicher, dass das Studium nicht so kostspielig ist wie an einer anderen Universität.



### Lerne mit den Besten

---

Das TECH-Lehrerteam erklärt im Unterricht, was sie in ihren Unternehmen zum Erfolg geführt hat, und arbeitet dabei in einem realen, lebendigen und dynamischen Kontext. Lehrkräfte, die sich voll und ganz dafür einsetzen, Ihnen eine hochwertige Spezialisierung zu bieten, die es die es den Studenten ermöglichen, in Ihrer Karriere voranzukommen und sich in der Geschäftswelt zu profilieren.

Lehrkräfte aus 20 verschiedenen Ländern.



*Bei TECH werden Sie Zugang zu den gründlichsten und aktuellsten Fallstudien der akademischen Welt haben“*

03

# Warum unser Programm?

Die Teilnahme am TECH-Programm bedeutet eine Vervielfachung Ihrer 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. Die Studenten werden von den besten Lehrkräften und mit den flexibelsten und innovativsten Lehrmethoden unterrichtet.



“

*Wir verfügen über das renommierteste Lehrpersonal und den umfassendsten Lehrplan auf dem Markt, so dass wir Ihnen eine Ausbildung 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

Ein Studium bei TECH bietet den Studenten, Ihre Zukunft selbst in die Hand zu nehmen und Ihr volles Potenzial zu entfalten. Durch die Teilnahme an unserem Programm erwerben Sie in kurzer Zeit die notwendigen Fähigkeiten, um Ihre berufliche Laufbahn positiv zu verändern.

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

02

### Sie werden eine strategische und globale Vision des Unternehmens entwickeln

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

*Unsere globale Vision des Unternehmens wird Ihre strategische Vision verbessern.*

03

### Sie werden sich in der Unternehmensführung fest etablieren

Ein Studium an der TECH öffnet die Türen zu einem beruflichen Panorama von großer Bedeutung, so dass sich die Studenten als hochrangige Führungskräfte mit einem umfassenden Blick auf das internationale Umfeld positionieren können.

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

04

### Sie werden neue Aufgaben übernehmen

Während des Programms werden die neuesten Trends, Entwicklungen und Strategien vorgestellt, damit die Studenten ihre berufliche Tätigkeit in einem sich verändernden Umfeld ausüben können.

*45% der Auszubildenden werden intern befördert.*

05

### Sie haben Zugang zu einem leistungsfähigen Netzwerk von Kontakten

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

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

06

### Rigorese 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

### Verbessern Sie *Soft Skills* und Führungsqualitäten

TECH hilft den Studenten, ihr erworbenes Wissen anzuwenden und weiterzuentwickeln und ihre zwischenmenschlichen Fähigkeiten zu verbessern, damit sie zu Führungskräften werden, die etwas bewirken.

*Verbessern Sie Ihre Kommunikation- und Führungsfähigkeiten und bringen Sie Ihre Karriere in Schwung.*

08

### Sie werden Teil einer exklusiven Gemeinschaft sein

Wir bieten Ihnen die Möglichkeit, Teil einer Gemeinschaft von Elite-Managern, großen Unternehmen, renommierten Institutionen und qualifizierten Professoren der renommiertesten Universitäten der Welt zu werden. Die TECH Technologische Universität Community.

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

# 04 Ziele

Das Ziel des Universitätsexperten in Marketing Automation für Mode und Luxus ist es, die Studenten in den avantgardistischsten Techniken des aktuellen Marketings zu unterrichten, die künstliche Intelligenz und Datenanalyse als Grundpfeiler der modernsten Kommunikationsstrategie beinhalten. Die Studenten werden außerdem die neuen Arten des digitalen Marketings sowie die verschiedenen Tools zur Steuerung und Überwachung ihrer eigenen Kampagnen und Projekte kennenlernen.



“

*Dank dieses Universitätsexperten werden Sie die Digitalisierung erfolgreich planen, indem Sie die verschiedenen Vorschläge und Fortschritte, die der technologische Markt für die Modeindustrie bietet, kennen und bewerten“*

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

Der **Universitätsexperte in Marketing Automation für Mode und Luxus** befähigt die Studenten zu Folgendem:

01

Werbebanner als Markenbotschaften begreifen

02

Untersuchung des Erbes der *Mass Media* und was von ihnen im Marketing für eine globalisierte Gesellschaft übrig geblieben ist

03

Einsatz von CRM- und CMS-Tools zur Automatisierung der Kommunikation mit Kunden

04

Die Akteure, die am Messprozess beteiligt sind, verstehen, effiziente und effektive Metriken entsprechend der Markenidentität erstellen und etablieren





05

Anwendung der Schlüsselindikatoren und Festlegung der Grenze zwischen qualitativen und quantitativen Variablen

06

Die gewählten Analysemethoden zu bewerten und die Ergebnisse auf Markenaktionen anzuwenden

07

Die Ergebnisse der folgenden Metriken vorhersagen, um das Risiko zu minimieren

08

Entwicklung und Präsentation eines Dashboards für die Modebranche und eines Fortschrittsberichts, der die Kommunikationswege aufzeigt



09

Neuausrichtung der Führung auf ein effektiveres Management

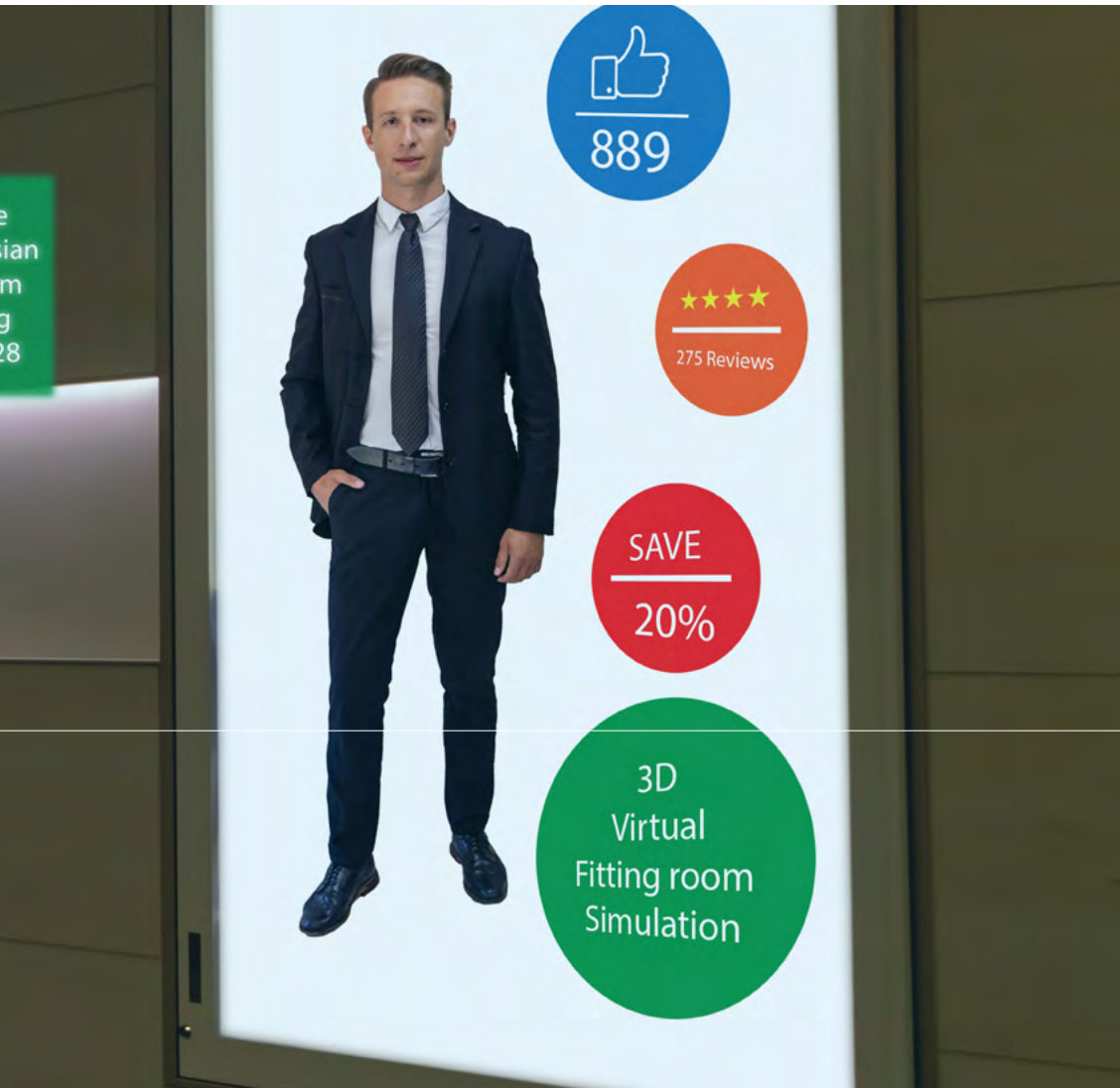
10

Verringerung der Unsicherheit angesichts interner und/oder externer Veränderungen in der Organisation

11

Den Prozess der Krisenbewältigung und die Rolle des Kommunikationsmanagers in schwierigen Zeiten verstehen





~~12~~

Gestalten eines eigenen Diskurses für soziale Netzwerke und Massenmedien, der auf die Werte Ihres Unternehmens abgestimmt ist

~~13~~

Nachhaltigkeit und digitale Transformation in die Kommunikationsstrategie integrieren, ohne die Identität zu verlieren

~~14~~

Die Digitalisierung planen, indem Sie die verschiedenen Vorschläge und Fortschritte auf dem Technologiemarkt kennen und bewerten

05

# Struktur und Inhalt

Der Inhalt des Programms dieses Universitätsexperten in Marketing Automation für Mode und Luxus wurde von mehreren Fachleuten aus den Bereichen Mode, Marketing und verwandten Sektoren entwickelt, die ihr Wissen und ihre Erfahrung in einen vollständigen und aktualisierten Studienplan gesteckt haben. Es behandelt die neuesten Entwicklungen in der Branche und Luxus 2.0, d.h. mit einem klaren Fokus auf neue Technologien. Das 100%ige Online-Format ermöglicht es den Studenten, den Kurs innerhalb von 6 Monaten zu dem Zeitpunkt und an dem Ort zu absolvieren, der ihrer Verfügbarkeit, ihrem Zeitplan und ihren Interessen am besten entspricht. Durch die Vertiefung ihrer Kenntnisse im Bereich Marketing, angewandt auf den Luxus, werden die Studenten ihre berufliche Laufbahn in Richtung Exzellenz und ihre zukünftige Karriere vorantreiben.



“

*Sie werden die ausgefeiltesten Daten der Mode- und Luxusindustrie interpretieren, um die Marketingstrategien zu entwickeln, die Sie an die Spitze der renommiertesten Kommunikationsabteilungen bringen werden“*

## Lehrplan

Dieser Studiengang enthält verschiedene Module, die es den Studenten ermöglichen, sich auf die neuesten technologischen Trends im Bereich Marketing zu spezialisieren, immer unter dem Blickwinkel von Mode und Luxus.

Dies ist eine großartige berufliche Chance für diejenigen, die ihre Karriere durch Qualität und Exzellenz ankurbeln wollen, indem sie großartige Online-Werbekampagnen anbieten, die sich an ein sehr ausgewähltes Zielpublikum richten.

Mit all dem, was sie gelernt haben, können die Studenten dann die Leitung von Mode- und Luxusmarketingabteilungen anstreben und wissen, wie man die neuesten digitalen Fortschritte elegant in millimetergenaue Kampagnen einbaut.

Dies wird während der 450 Unterrichtsstunden mit zahlreichen praktischen und realen Beispielen untermauert, bei denen der Student *in situ* sieht, wie das gesamte erworbene Wissen in authentischen Kontexten angewendet werden kann.

Dieser Universitätsexperte erstreckt sich über 6 Monate und ist in 3 Module unterteilt:

### Modul 1

Neues digitales *Marketing: Marketing Automation*

### Modul 2

*Data driven Marketing for Luxury Brands*

### Modul 3

Künstliche Intelligenz im Zeitalter des Korporatismus



### Wo, wann und wie wird unterrichtet?

TECH bietet die Möglichkeit, dieses Programm vollständig online zu entwickeln. Während der 6-monatigen Fortbildung wird der Student in der Lage sein, jederzeit auf alle Inhalte dieses Programms zuzugreifen, was ihm ermöglicht, seine Studienzzeit selbst zu verwalten.

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

**Modul 1. Neues digitales Marketing: Marketing-Automatisierung**

**1.1. Marketing Strategy in der heutigen Industrie**

- 1.1.1. Der Kommunikationsprozess in Bezug auf das Marketing
- 1.1.2. Kognitive, emotionale und soziale Botschaften
- 1.1.3. Der Slogan als Vermächtnis der Luxusmarken

**1.2. Mass media to global media**

- 1.2.1. Quellen der Wertübertragung: Werbung
- 1.2.2. Die Bildung des Stereotyps aus dem Prototyp
- 1.2.3. *Storyboard & Global Storyboard*

**1.3. Digital media Ads**

- 1.3.1. Der Algorithmus von *Google Ads*
- 1.3.2. Kontrolle der Konkordanzstufen
- 1.3.3. Das *Banner und das Display* für ein Mode- und Luxusunternehmen

**1.4. Branded content**

- 1.4.1. Vorlieben der Modekonsumenten
- 1.4.2. Die Omnichannel-Strategie für Luxusgüter
- 1.4.3. Marketinginformationen auf dem Luxusmarkt

**1.5. Personalisierung des Mode- und Luxussektors**

- 1.5.1. *Keywords* in der Sprache der Mode
- 1.5.2. *Fast and Slow Fashion* Nachrichten
- 1.5.3. Omnidirektionale Kommunikation zwischen Marke und Nutzer

**1.6. E-Mail-Marketing CRM & salesforce**

- 1.6.1. Automatisierung von Inhalten
- 1.6.2. Segmentierung und Nachricht
- 1.6.3. *Salesforce* als Automatisierungstool

**1.7. Newsletter design**

- 1.7.1. Eine effektive und attraktive Struktur
- 1.7.2. Die Personalisierung von Luxusinhalten
- 1.7.3. Häufigkeit der Benachrichtigungen und Messung der Auswirkungen

**1.8. Viralität in der Luxusindustrie**

- 1.8.1. Strategien zur Informationsverbreitung
- 1.8.2. Tatsächliche Neupositionierung
- 1.8.3. Von Meinungsführern zu Influencern

**1.9. Die Benutzerfreundlichkeit des CMS**

- 1.9.1. Systeme zur Verwaltung von Inhalten
- 1.9.2. Auf dem Laufenden bleiben im Mode-Web
- 1.9.3. Prestashop: Luxus-Marketing

**1.10. Content design**

- 1.10.1. Strategischer Umfang der kreativen Bemühungen: Erstellen, um zu konvertieren
- 1.10.2. Saisonales Marketing: vorhersehbare Marketingkampagnen
- 1.10.3. ¡Flash! Überraschung



**Modul 2. Data driven Marketing for Luxury Brands**

<p><b>2.1. Der Produktlebenszyklus durch PLM</b></p> <p>2.1.1. Der Produktlebenszyklus 2.1.2. Das PLM-Tool (<i>Product Lifecycle Management</i>) 2.1.3. Produktmessung in Bezug auf die Marke</p>	<p><b>2.2. Strategische KPIs für die Analyse der Identität von Luxusmarken</b></p> <p>2.2.1. Was in der Haute Couture gemessen werden kann 2.2.2. Maßgeschneiderte strategische Indikatoren 2.2.3. Metriken: Ziele und Fehler</p>	<p><b>2.3. Inferenz als Grundlage von big data</b></p> <p>2.3.1. Der Grundgedanke für Unternehmenslösungen 2.3.2. Zu vermeidende Fehler beim Ziehen von Rückschlüssen 2.3.3. Inferenz als Grundlage des Algorithmus</p>	<p><b>2.4. Auf den Luxusmarkt angewandte Statistiken</b></p> <p>2.4.1. Die Struktur der Daten in der wissenschaftlichen Analyse 2.4.2. Qualitative Forschungsmethodik 2.4.3. Kennzahlen zur Eindrucks Wahrnehmung: die Ausnahme</p>
<p><b>2.5. Akquisition und Generierung von leads</b></p> <p>2.5.1. <i>Google Analytics</i> 2.5.2. Metriken in der digitalen Umgebung 2.5.3. Entscheidungsfindung in Verbindung mit Ergebnissen</p>	<p><b>2.6. Der Schlüssel zum Messen: Interpretation von Daten auf dem Modemarkt</b></p> <p>2.6.1. Richtlinien und Schlüssel für große Datenmengen 2.6.2. Die Wirksamkeit von "hergeleiteten" Lösungen 2.6.3. Das Dreieck der Wahrheit des Modekonsumenten</p>	<p><b>2.7. Marketing Consulting in der Luxusindustrie</b></p> <p>2.7.1. Die Hypothese: Fragen und Probleme, Antworten und Lösungen 2.7.2. Das Wettbewerbsumfeld in Bezug auf Innovation 2.7.3. Der Erfolg oder die Ewigkeit eines Luxusunternehmens</p>	<p><b>2.8. Wie man bei einer Modemarke vom prädiktiven Modell zum präskriptiven Modell übergeht</b></p> <p>2.8.1. Das Verhaltensmuster der Marke 2.8.2. Die Frequenzkarte 2.8.3. Simulation von Innovationsszenarien</p>
<p><b>2.9. Dashboard: Visualisierung von Marketingdaten mit Power Bi</b></p> <p>2.9.1. Präsentation der Ergebnisse 2.9.2. Der analytische Bericht 2.9.3. <i>Microsoft Power Bi</i></p>	<p><b>2.10. Internes Audit &amp; Growth Hacking</b></p> <p>2.10.1. Individuelle Variablen in einer Modemarke 2.10.2. Markenwachstum durch interne Analyse 2.10.3. Die Unantastbaren: Die Prioritätenskala einer Modemarke</p>		

**Modul 3. Künstliche Intelligenz im Zeitalter des Korporatismus**

**3.1. Soziale Verantwortung der Unternehmen im aktuellen Kontext**

- 3.1.1. Das *Stakeholder*-Ökosystem
- 3.1.2. Der Verbraucher und der Angestellte auf dem Luxusmarkt
- 3.1.3. Soziale Verantwortung als Vorbild für Modemarken

**3.2. Der Wert der Reputation von Luxusmarken**

- 3.2.1. Die globalen Auswirkungen auf den LuxusmarktMarketinginformationen auf dem Luxusmarkt
- 3.2.2. Analytik für die Globalisierung
- 3.2.3. Unternehmensaktivismus und Markenbotschafter

**3.3. Krisenmanagement in Modeunternehmen**

- 3.3.1. Arten von Krisen
- 3.3.2. Der Notfallplan
- 3.3.3. Der strategische Plan

**3.4. Kommunikation in Zeiten der Krise**

- 3.4.1. Pressesprecher und der Diskurs der Kommunikationsführer
- 3.4.2. Die Auswirkungen der Krise auf die Gewinn- und Verlustrechnung
- 3.4.3. Maßnahmen nach der Krise: Rückkehr zur Normalität

**3.5. Nachhaltigkeit: Wachstumsstrategien für Marken**

- 3.5.1. Die drei Dimensionen der Nachhaltigkeit: Ökologie, Soziales, Ökonomie
- 3.5.2. Die Wertschöpfungskette der Mode
- 3.5.3. Nachhaltigkeit kommunizieren: Berichterstattung

**3.6. Nachhaltigkeit: Ein Weg aus der Krise?**

- 3.6.1. Arten von Krisen in jedem Bereich der Nachhaltigkeit
- 3.6.2. Authentizität und Transparenz in den Augen der Öffentlichkeit
- 3.6.3. Nachhaltigkeit als Teil der Krisenbewältigung

**3.7. Digitale Transformation in der Modeindustrie**

- 3.7.1. Daten
- 3.7.2. *E-Commerce*
- 3.7.3. Innovation

**3.8. Künstliche Intelligenz im Luxusbereich**

- 3.8.1. Automatisches Lernen
- 3.8.2. Omnichanneling und der *phygital* Raum durch das Prisma der künstlichen Intelligenz
- 3.8.3. Personalisierte Empfehlungstools

**3.9. Der Einsatz von Robotik in der Welt der Luxusgüter**

- 3.9.1. Digitale Interaktion: eine Welt ohne menschlichen Kontakt
- 3.9.2. Der *Chatbot* und der *Virtual Personal Shopper*
- 3.9.3. Das digitale Erlebnis

**3.10. Die virtuelle Realität der Mode: die neuen Laufstege**

- 3.10.1. Definition und Funktionsweise der virtuellen Realität
- 3.10.2. Die Modenschau mit 3D-Modellen
- 3.10.3. Virtual Reality-Tools auf dem Luxusmarkt



CONNECTION  
ANALYSIS  
DATA  
SEARCHING  
VERIFICATION  
CODING  
SENDING

19%

# 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 aufgibt 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 Wirtschaftsschule 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 die Grundlagen der traditionellen Universitäten in der ganzen Welt verschiebt”*



*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 Wirtschaftsschulen der Welt, und das schon so lange, wie 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 Programms 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 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 auszubilden. Diese Methode, die an der Spitze der weltweiten Pädagogik steht, wird Relearning genannt.

Unsere Wirtschaftsschule 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 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 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 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 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 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.



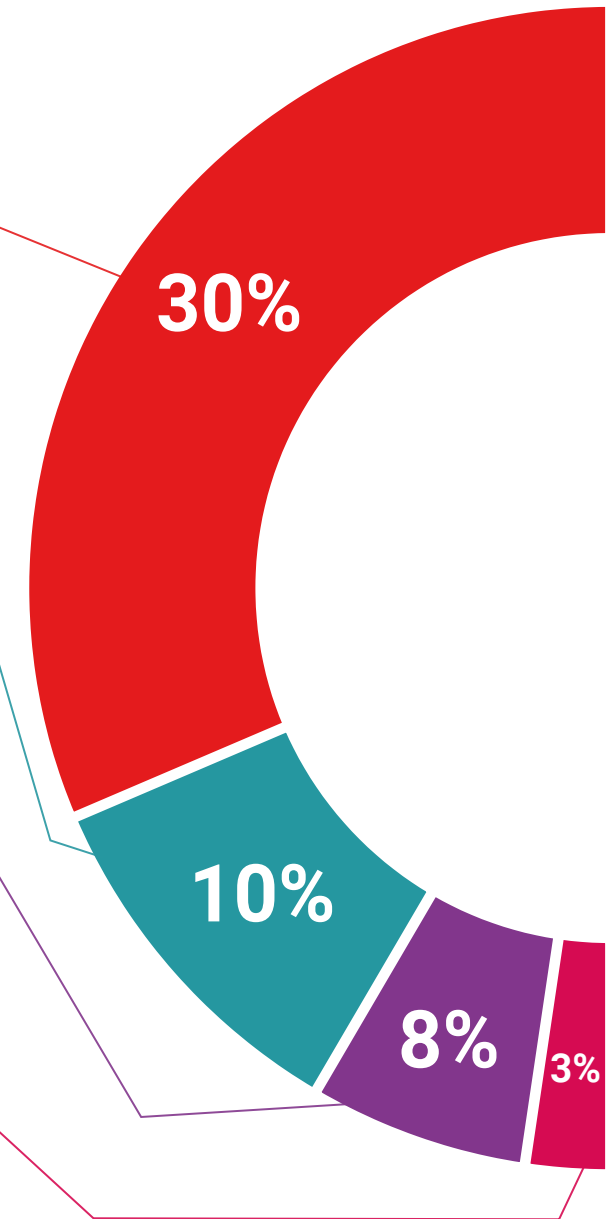
#### Praxis der Managementfähigkeiten

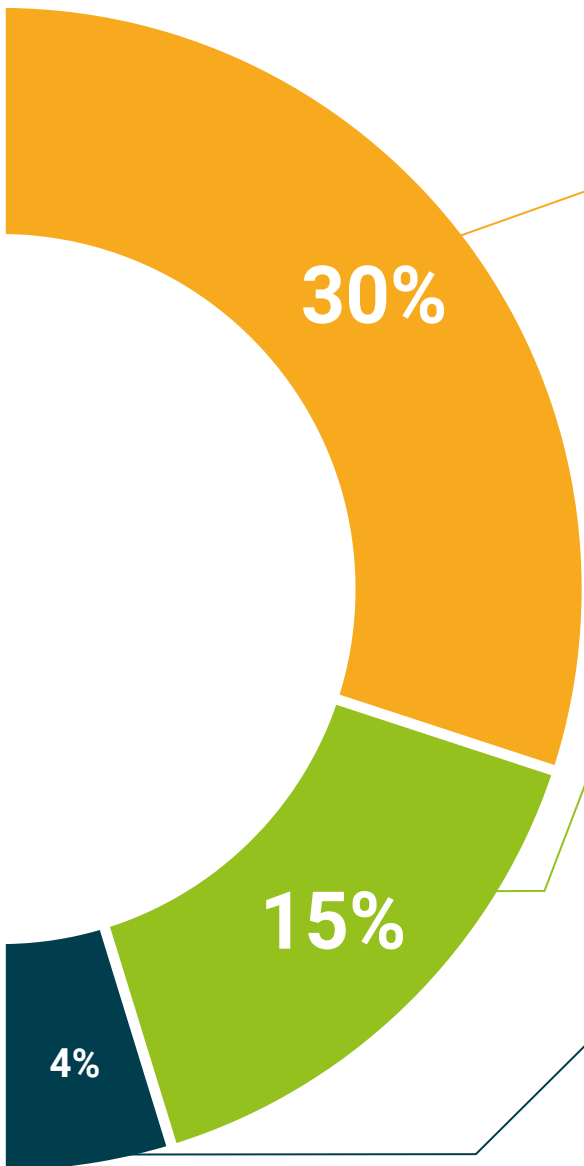
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Managementfähigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Praktiken und Dynamiken zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein leitender Angestellter im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



#### Weitere Lektüren

Aktuelle Artikel, Konsensdokumente und internationale Leitfäden, u.a. In der virtuellen Bibliothek von TECH 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. 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.



### 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.



07

# Profil unserer Studenten

Dieser Universitätsexperte in Marketing Automation für Mode und Luxus richtet sich an Fachleute und Studenten verschiedener akademischer Disziplinen, die sich mit dem neuen Szenario in der Welt des Luxus befassen und modernste Technologien auf ihre tägliche Arbeitsmethodik anwenden möchten. Die meisten Studenten haben das gleiche Ziel: einen besseren Arbeitsplatz dank einer erstklassigen, innovativen Weiterbildung zu erreichen. Diese Bestrebungen werden dank des großartigen pädagogischen und professionellen Teams, das die Arbeit von TECH unterstützt, belohnt.





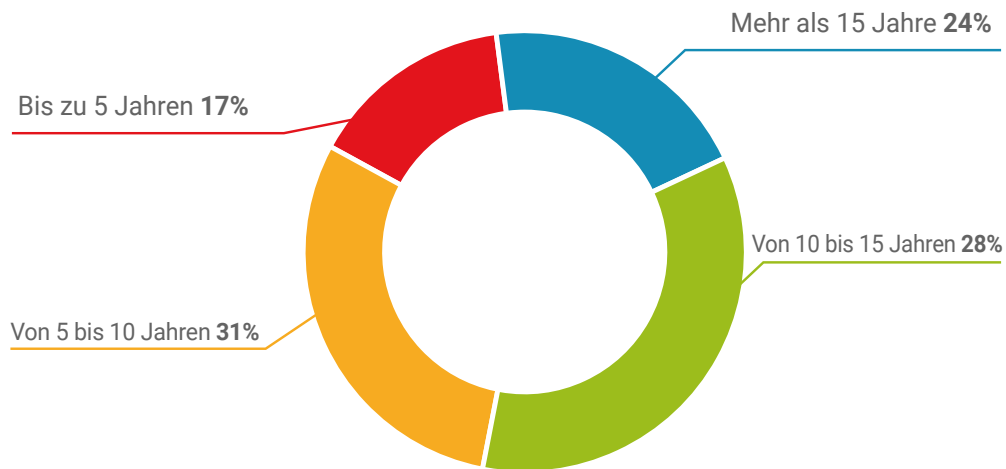
“

*Kurbeln Sie den Online-Markt der wichtigsten Luxusmarken an und werden Sie zu einem der besten Fachleute in diesem Sektor“*

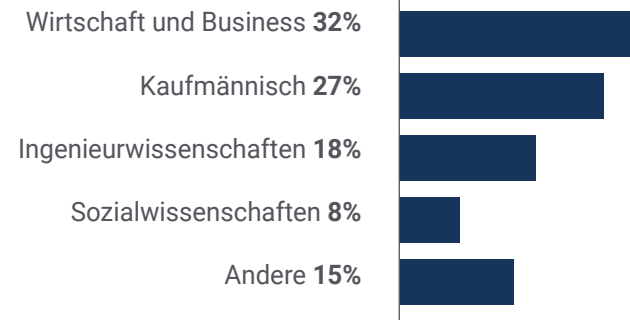
## Durchschnittliches Alter

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

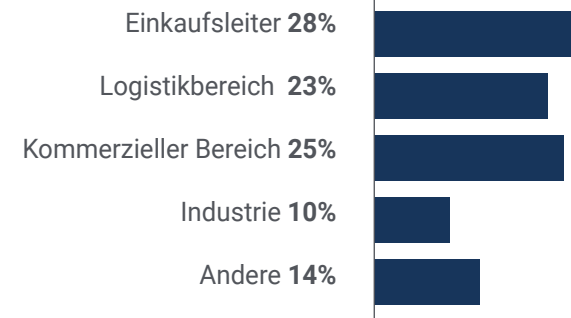
## Jahre der Erfahrung



## Ausbildung

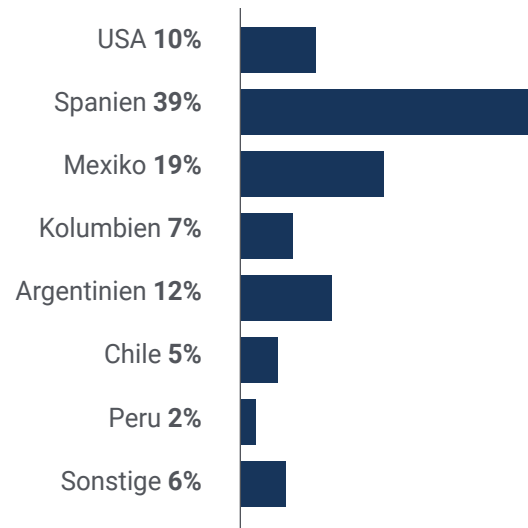


## Akademisches Profil



## Geografische Verteilung

---



## Rodrigo Ruiz Palomo

---

SEO Berater

*"Dank dieses TECH-Experten konnte ich Webstatistiken auf den Luxusmarkt anwenden, ein Sektor, der mir bis vor kurzem noch fremd war und der besondere Kenntnisse erfordert, wenn es darum geht, außergewöhnliche Metriken in der Strategie einer exklusiven Marke zu etablieren. Als CEO halte ich das Programm für einen großen Erfolg"*

08

# Kursleitung

Zu den Dozenten des Programms gehören führende Experten auf dem Gebiet des Marketings und der luxusorientierten Mode, die die Erfahrung ihrer jahrelangen Arbeit und die Verbindung, die sie während ihrer gesamten beruflichen Laufbahn zu diesem exklusiven Umfeld aufrechterhalten haben, in diesen Vorschlag für den Studienplan einfließen lassen. An der Gestaltung und Ausarbeitung des Programms sind auch andere anerkannte Experten aus verwandten Bereichen beteiligt, die den Studienplan auf interdisziplinäre Weise vervollständigen und das Programm zu einer einzigartigen akademischen Erfahrung für die Studenten machen.





“

*Gemeinsam mit Experten entwickeln Sie die analytischen Fähigkeiten, die in einem kreativen Umfeld dank der Marketing Automation den Unterschied ausmachen"*

## Internationaler Gastdirektor

Andrea La Sala ist ein erfahrener Marketingmanager, dessen Projekte einen **bedeutenden Einfluss auf die Modewelt** hatten. Im Laufe seiner erfolgreichen Karriere hat er verschiedene Aufgaben in den Bereichen **Produkt, Merchandising und Kommunikation** übernommen. All dies in Verbindung mit renommierten Marken wie **Giorgio Armani, Dolce & Gabbana, Calvin Klein** und anderen.

Die Ergebnisse dieser **hochkarätigen internationalen Führungskraft** sind auf seine nachgewiesene Fähigkeit zurückzuführen, **Informationen in klaren Rahmen zu synthetisieren und konkrete, auf spezifische Geschäftsziele ausgerichtete Maßnahmen** durchzuführen. Darüber hinaus ist er für seine **Proaktivität und seine Anpassung an einen raschen Arbeitsrhythmus** bekannt. Außerdem verfügt er über ein ausgeprägtes **kommerzielles Bewusstsein, eine Marktvision und eine echte Leidenschaft für die Produkte**.

Als **Globaler Direktor für Marke und Merchandising bei Giorgio Armani** hat er eine Vielzahl von **Marketingstrategien für Bekleidung und Accessoires** überwacht. Seine Taktiken konzentrierten sich auch auf den **Einzelhandel und die Bedürfnisse und das Verhalten der Verbraucher**. In dieser Funktion war La Sala auch für die Gestaltung des **Produktmarketings** in verschiedenen Märkten verantwortlich und fungierte als **Teamleiter** in den **Abteilungen Design, Kommunikation und Verkauf**.

Andererseits hat er in Unternehmen wie **Calvin Klein oder der Gruppe Coin** Projekte zur **Förderung der Struktur, Entwicklung und Vermarktung verschiedener Kollektionen** durchgeführt. Er war auch für die Erstellung von **effektiven Kalendern für Einkaufs- und Verkaufskampagnen** verantwortlich. Zudem hat er die **Bedingungen, Kosten, Prozesse und Lieferfristen** der verschiedenen Operationen verwaltet.

Diese Erfahrungen haben Andrea La Sala zu einem der besten und qualifiziertesten **Unternehmensführer in der Mode- und Luxusbranche** gemacht. Er verfügt über eine hohe Managementkapazität, mit der es ihm gelungen ist, die **positive Positionierung verschiedener Marken** und die Neudefinition ihrer **Key Performance Indicators (KPI)** effektiv umzusetzen.



## Hr. La Sala, Andrea

---

- Globaler Direktor für Marke und Merchandising bei Giorgio Armani
- Direktor für Merchandising bei Calvin Klein
- Markenleiter bei der Gruppe Coin
- Brand Manager bei Dolce & Gabbana
- Brand Manager bei Sergio Tacchini S.p.A
- Marktanalyst bei Fastweb
- Hochschulabschluss in Betriebs- und Volkswirtschaft an der Università degli Studi del Piemonte Orientale

“

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

## Leitung



### Fr. García Barriga, María

- ♦ Fachkraft für digitales Marketing
- ♦ Mehr als 15 Jahre Erfahrung in der Erstellung von Inhalten verschiedener Art: Logistik und Vertrieb, Mode und Literatur oder Erhaltung des künstlerischen Erbes
- ♦ Sie hat für große Medien wie RTVE und Telemadrid gearbeitet
- ♦ Hochschulabschluss in Informationswissenschaften an der UCM
- ♦ Aufbaustudium in Marketing und Kommunikation in Mode- und Luxusunternehmen an der UCM
- ♦ MBA von der ISEM Fashion Business School, der Modefachschule der Universität von Navarra
- ♦ Doktorandin in Modetrendgestaltung
- ♦ Autorin von The Pattern of Eternity: Schaffung einer spiralförmigen Identität für die Automatisierung von Modetrends

## Professoren

### Fr. Villamil Navarro, Camila

- ◆ Journalistin und Schöpferin von Inhalten über Mode und Trends für die Zeitung El Tiempo
- ◆ Beraterin bei Schulungen, Konferenzen und Vorträgen über Modekommunikation, Inhalte der sozialen Medien, Image und Personal Branding Sie hat an verschiedenen Projekten mit wichtigen Marken der Branche gearbeitet, darunter Coach, TOUS, Swarovski, Tommy Hilfiger, Desigual, Estée Lauder, Lancome, Natura, Rosa Clará, ALDO, Falabella und Emporio Armani, um nur einige zu nennen
- ◆ Sie unterrichtet *Fashion Journalism* und Personal Branding an der Fakultät für Kommunikation der Universität La Sabana und ist die Koordinatorin des Universitätskurses für Modekommunikation und -journalismus. Im Rahmen des Diploms unterrichtete sie Modejournalismus und Soziale Medien und Mode
- ◆ Dozentin für die Bereiche Öffentlichkeitsarbeit und Veranstaltungsorganisation Im Jahr 2019 unterrichtete sie den ersten Kurs "Latin American Fashion: Growth, Evolution and Opportunities" für Studenten der Emporia State University in Kansas
- ◆ Sozialkommunikatorin und Journalistin mit Abschluss an der Universität La Sabana
- ◆ Spezialisiert auf die Berichterstattung über die wichtigsten Modewochen (New York, Mailand und Paris) Berichterstattung über das Wachstum der lateinamerikanischen Mode Teilnahme an Modewochen in Mexiko, Panama, Brasilien, Argentinien, Uruguay und natürlich in Kolumbien

### Dr. Gárgoles Saes, Paula

- ◆ PhD, Journalistin und Forscherin mit Spezialisierung auf Mode und Kommunikation
- ◆ Forschungsprofessorin an der Fakultät für Kommunikation und Leitung der Akademie für Unternehmenskommunikation an der Universität Panamericana, Mexiko-Stadt
- ◆ Dozentin an renommierten Hochschulen in der Fakultät für Kommunikation
- ◆ Beratung in Kommunikation und Nachhaltigkeit bei Ethical Fashion Space, Mexiko-Stadt
- ◆ Nachhaltigkeitsberatung bei COINTEGRA, Madrid, Spanien
- ◆ Forschungsaufenthalt an der Fakultät für Textiltechnologie Universität Zagreb
- ◆ Abteilung für Kommunikation an der ISEM Fashion Business School, Madrid
- ◆ Modejournalistin bei der Agentur Europa Press und dem digitalen Magazin Asmoda
- ◆ Promotion in angewandter Kreativität Universität von Navarra
- ◆ Doktorandin (cum laude), ISEM Fashion Business School, Madrid
- ◆ Hochschulabschluss in Journalismus Universität Complutense von Madrid
- ◆ Executive Fashion MBA von der ISEM Fashion Business School
- ◆ Spezialisierung in Mode am Fashion Institute of Technology in New York und am Future Concept Lab in Mailand

09

# Auswirkung auf Ihre Karriere

TECH ist sich aller Schwierigkeiten bewusst, mit denen Studenten konfrontiert sein können, wenn sie ein Studium dieser Art absolvieren, seien sie finanzieller oder persönlicher Natur. Deshalb bemühen wir uns, den Unterricht an die Studenten anzupassen, indem wir ihnen die Weiterbildung durch ein 100%iges Online-Format erleichtern, das ihnen die Flexibilität gibt, das Unterrichtsmaterial an ihre eigenen Zeitpläne und Interessen anzupassen.



“

*Verpassen Sie nicht die Gelegenheit, Ihre beruflichen Bedingungen erheblich zu verbessern und schreiben Sie sich jetzt für diesen Universitätsexperten ein“*

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

Der TECH-Universitätsexperte für Marketing Automation für Mode- und Luxus bereitet seine Studenten auf die Entwicklung, Planung und Durchführung von Werbekampagnen in der Welt der Mode- und Luxusgüter vor, bei denen außerdem die neuesten technologischen Trends angewandt werden, damit der Erfolg gesichert ist. Dies bringt die Studenten auf die nächste professionelle Ebene, mit Fähigkeiten, die sie von ihren Kollegen in der Branche deutlich unterscheiden werden.

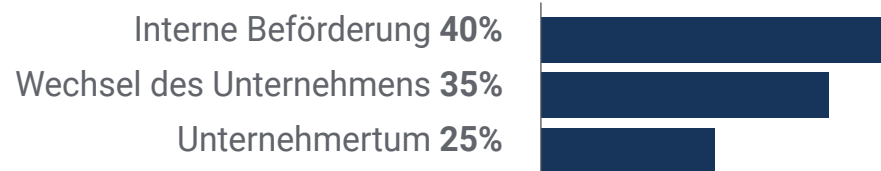
*Verpassen Sie nicht die Chance bei TECH und investieren Sie in Ihre Zukunft.*

*Wenn Sie Ihre Karriere positiv verändern wollen, wird Ihnen der Universitätsexperte für Marketing Automation für Mode und Luxus helfen, dies zu erreichen.*

### Zeit für Veränderungen



### Art der Änderung





## Verbesserung der Gehälter

---

Der Abschluss dieses Programms bedeutet für unsere Studenten eine Gehaltserhöhung von mehr als **25,22%**



# 10

## Vorteile für ihr Unternehmen

Der Universitätsexperte in Marketing Automation für Mode und Luxus trägt dazu bei, die Möglichkeiten potenzieller Mitarbeiter zu erhöhen, eine Einschätzung, die Unternehmen berücksichtigen müssen, um ein Team auf höchstem Niveau zu haben. Je besser die Fachleute ausgebildet sind, desto wahrscheinlicher ist es, dass sie erfolgreich sind und desto motivierter sind sie als Gruppe. Es ist erwiesen, dass ein großartiges Team die Erreichung von Zielen vorantreibt. Daher trägt die Fortbildung von Fachleuten im selben Unternehmen zur beruflichen Entwicklung seiner Mitarbeiter bei und setzt damit, wie TECH, auf Exzellenz. Daher ist dieses Programm eine einzigartige Gelegenheit für Unternehmen, die Besten in ihrem Team zu haben und die Ergebnisse nach den gesetzten Zielen zu sehen.



“

*Nach dem Studium dieses Universitätsexperten in Marketing Automation für Mode und Luxus werden Sie in der Lage sein, Ihr Unternehmen mit einer neuen Geschäftsvision in der Welt des Luxus- und Modemarketings auszustatten"*

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

01

### **Wachsendes Talent und intellektuelles Kapital**

Die Fachkraft bringt neue Konzepte, Strategien und Perspektiven in das Unternehmen ein, die relevante Veränderungen in der Organisation bewirken können.

---

02

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

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

03

### **Aufbau von Akteuren des Wandels**

Sie werden 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 Ihrer eigenen Projekte**

Die Fachkraft kann an einem realen Projekt arbeiten oder neue Projekte im Bereich der Forschung und Entwicklung oder der Geschäftsentwicklung Ihres Unternehmens entwickeln.

---

06

### **Gesteigerte Wettbewerbsfähigkeit**

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

11

# Qualifizierung

Der Universitätsexperte in Marketing Automation für Mode und Luxus garantiert neben der strengsten und aktuellsten Ausbildung 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 Marketing Automation für Mode und Luxus** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

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

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

Titel: **Universitätsexperte in Marketing Automation für Mode und Luxus**

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 Marketing Automation für Mode und Luxus

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

# Universitätsexperte

## Marketing Automation für Mode und Luxus

