

Universitätsexperte

Social Media Branding





Universitätsexperte Social Media Branding

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

Internetzugang: www.techtitude.com/de/wirtschaftsschule/spezialisierung/spezialisierung-social-media-branding

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 18

06

Methodik

Seite 26

07

Profil unserer Studenten

Seite 34

08

Kursleitung

Seite 38

09

Auswirkung auf Ihre Karriere

Seite 42

10

Vorteile für Ihr Unternehmen

Seite 46

11

Qualifizierung

Seite 50

01

Willkommen

Social Media Branding ist zu einem unverzichtbaren Instrument für Unternehmen geworden, die ihre Online-Präsenz etablieren und einen soliden Ruf in den sozialen Medien aufbauen wollen. Mit der zunehmenden Nutzung sozialer Plattformen durch Verbraucher haben Unternehmen im *Social Media Branding* eine Möglichkeit gefunden, mit ihrer Zielgruppe in Kontakt zu treten und Engagement zu erzeugen. Aus diesem Grund hat TECH diesen Studiengang entwickelt, der eine umfassende Weiterbildung in dieser Disziplin bietet und Aspekte wie die Entwicklung einer effektiven Strategie, den Einsatz visueller Elemente, die Erstellung hochwertiger Inhalte, die Teilnahme an relevanten Diskussionen und die Messung der Ergebnisse abdeckt. Mit einer innovativen Lehrmethodik, die auf Relearning basiert, passt sich das Programm an die Bedürfnisse jedes einzelnen Studenten an und bietet Flexibilität bei der Organisation der akademischen Ressourcen.



Universitätsexperte in Social Media Branding. TECH Technologische Universität



“

Werden Sie zum Spezialisten für Social Media Branding und heben Sie sich in der digitalen Welt mit diesem 100% online Universitätsexperten ab"

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

Dieser Universitätsexperte ermöglicht es den Teilnehmern, wichtige Fähigkeiten zu erwerben, um die Präsenz einer Marke in sozialen Netzwerken aufzubauen und zu verwalten. Am Ende des Programms wird der Profi in der Lage sein, eine effektive *Social Media Branding*-Strategie zu entwickeln, hochwertige Inhalte zu erstellen, die die Werte der Marke widerspiegeln, mit der Online-Community zu interagieren und die Ergebnisse zu messen, um den Auftritt des Unternehmens in den sozialen Netzwerken kontinuierlich zu verbessern. Auf diese Weise hebt sich der Spezialist im digitalen Bereich ab und kann seinem Unternehmen oder seiner Organisation einen Mehrwert bieten.



“

Beherrschen Sie die Verwaltung Ihrer persönlichen Marke in den sozialen Netzwerken und stärken Sie Ihre digitale Präsenz mit diesem Studiengang der TECH"

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

Der **Universitätsexperte in Social Media Branding** wird den Studenten zu Folgendem befähigen:

01

Ermitteln der Bedeutung von Personal Branding in sozialen Medien und wie eine kohärente digitale Präsenz die Karriere fördern kann

02

Analysieren des Prozesses der Erstellung einer Inhaltsstrategie, die die persönliche Markenidentität widerspiegelt und mit dem Publikum auf verschiedenen Social Media-Plattformen in Verbindung steht

03

Untersuchen der effektiven Techniken, Formate und Stile für die Veröffentlichung von LinkedIn-Posts

04

Beherrschen der Taktik für den Aufbau einer aktiven und engagierten Community auf LinkedIn durch den Einsatz von effektiven Strategien für Verbindung, Interaktion und *Engagement*



05

Evaluieren und Analysieren der Leistung der LinkedIn-Strategie durch Überwachung der Metriken und Analyse der Aktivitäten und des Verhaltens der Zielgruppe, um die Strategie in Echtzeit anzupassen und zu verbessern

06

Überprüfen und Bewerten der KPIs zur Verbesserung der *Personal Branding*-Strategie

07

Festlegen spezifischer Ziele und Vorgaben, um die Wirkung und Effektivität der persönlichen Marke zu verbessern

08

Analysieren der Präsenz der persönlichen Marke in verschiedenen Medien und Plattformen



05

Struktur und Inhalt

Dieser Universitätsexperte wurde entwickelt, um Fachleute mit den wichtigsten Instrumenten des *Social Media Branding* vertraut zu machen und ihnen einen umfassenden Überblick über die aktuelle Anwendung zu geben. Er besteht aus verschiedenen Modulen, die sich auf strategische Elemente, die Entwicklung von Botschaften, die Konzeption von Inhalten, die Optimierung von LinkedIn-Profilen und die Messung von Ergebnissen konzentrieren. Auf diese Weise werden Berufstätige darauf vorbereitet, Experten für *Social Media Branding* zu werden und die Herausforderungen, denen sie gegenüberstehen, zu meistern. Darüber hinaus bietet das Programm eine innovative Online-Methode auf der Grundlage von Relearning, die es den Studenten ermöglicht, in ihrem eigenen Tempo und auf flexible Weise zu studieren.



“

Dieser Universitätsexperte bietet Ihnen exklusive Inhalte und eine Lernmethode, die Ihnen Ihre berufliche Entwicklung erleichtern wird"

Lehrplan

Der Universitätsexperte in Social Media Branding der TECH Technologischen Universität ist ein intensives Programm, das Sie darauf vorbereitet, Herausforderungen und Geschäftsentscheidungen im Bereich des digitalen Marketings zu treffen.

Der Inhalt des Universitätsexperten in Social Media Branding ist darauf ausgerichtet, die Entwicklung von Managementfähigkeiten zu fördern, die es Ihnen ermöglichen, in unsicheren Umgebungen fundierte Entscheidungen zu treffen.

Während der 450 Unterrichtsstunden wird der Student in Einzel- und Gruppenarbeit eine Vielzahl von praktischen Fällen analysieren. Es ist also ein authentisches Eintauchen in reale Geschäftssituationen.

Der Universitätsexperte befasst sich unter anderem eingehend mit Sichtbarkeits- und *Engagement*-Strategien auf Instagram, Twitter, Facebook und TikTok, Personal Branding auf LinkedIn und den KPIs der Wirkung auf das *Personal Branding*.

Ziel ist es, Führungskräften das *Social Media Branding* aus einer strategischen Perspektive zu vermitteln.

Ein auf Sie zugeschnittener Plan, der auf Ihre berufliche Weiterentwicklung ausgerichtet ist und Sie darauf vorbereitet, Spitzenleistungen im Bereich Management und Unternehmensführung zu erbringen. Ein Programm, das auf Ihre Bedürfnisse und die Ihres Unternehmens eingeht, mit innovativen Inhalten, die auf den neuesten Trends beruhen, und unterstützt von der besten Lehrmethodik und einem außergewöhnlichen Dozententeam, das Ihnen die Fähigkeiten vermittelt, kritische Situationen auf kreative und effiziente Weise zu lösen.

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

Modul 1

Social Media Branding. Strategie für Sichtbarkeit und *Engagement* auf Instagram, Twitter, Facebook und TikTok

Modul 2

Personal Branding auf LinkedIn. Strategien für Sichtbarkeit und *Engagement* auf LinkedIn

Modul 3

KPIs. Wirkung der persönlichen Marke: Metriken zur Messung der Ergebnisse und branchenübergreifende Erfolgsgeschichten



Wo, wann und wie wird unterrichtet?

TECH bietet die Möglichkeit, diesen Universitätsexperten in Social Media Branding vollständig online zu absolvieren. Während der 6-monatigen Spezialisierung wird der Student jederzeit auf alle Inhalte dieses Programms zugreifen können, was ihm die Möglichkeit gibt, seine Studienzeit selbst zu verwalten.

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

Modul 1. Social Media Branding. Sichtbarkeit und Engagement-Strategie auf Instagram, Twitter, Facebook y TikTok

<p>1.1. Social Media Branding: Relevanz für die persönliche Marke</p> <p>1.1.1. Rolle der persönlichen Marke in den sozialen Medien</p> <p>1.1.2. Online-Management-Plattformen: Lautsprecher der persönlichen Marke</p> <p>1.1.3. Die Säulen einer guten digitalen Personal Branding Strategie</p>	<p>1. 2. Strategischer Ansatz als Grundlage für Social Media Branding</p> <p>1.2.1. Die Rolle von Forschung und aktivem Zuhören für die Strategie der persönlichen Marke</p> <p>1.2.2. Analyse des Wettbewerbs in sozialen Netzwerken</p> <p>1.2.3. Identifizierung der Zielgruppe für die Strategie der persönlichen Marke</p>	<p>1.3. Social Media Branding</p> <p>1.3.1. Entwicklung eines Social Media-Plans für die persönliche Marke</p> <p>1.3.2. Identifizierung der Ziele der persönlichen Marke in sozialen Netzwerken</p> <p>1.3.3. KPIs zur Analyse der Ergebnisse</p>	<p>1.4. Strategien für Engagement und Sichtbarkeit der persönlichen Marke</p> <p>1.4.1. Online-Ökosystem: Definition der digitalen Präsenz und Auswahl der Plattformen</p> <p>1.4.2. Faktoren, die das Engagement in sozialen Netzwerken fördern</p> <p>1.4.3. Sichtbarkeit in den sozialen Medien und bewährte Praktiken</p>
<p>1.5. Schaffung einer kohärenten digitalen Präsenz</p> <p>1.5.1. Schaffung eines kohärenten Markenimages in den sozialen Medien: visuelle Identität, verbale Anker und Stilrichtlinien für die sozialen Medien</p> <p>1.5.2. Die Markenbotschaft und die Rolle der Inhalte für den Erfolg der Strategie</p> <p>1.5.3. Die Differenzierung der persönlichen Marke in der digitalen Welt</p>	<p>1.6. Inhaltsstrategie: Erstellen einer Content-Strategie für soziale Medien, die die Markenidentität widerspiegelt und mit dem Publikum in Verbindung steht</p> <p>1.6.1. Prozess der Inhaltserstellung für verschiedene soziale Medienplattformen</p> <p>1.6.2. Die Bedeutung des Storytellings bei der persönlichen Marke in den sozialen Medien</p> <p>1.6.3. Erstellen eines Zeitplans für Beiträge, um eine konstante und konsistente Online-Präsenz zu erhalten</p>	<p>1.7. Instagram für die persönliche Marke nutzen</p> <p>1.7.1. Warum auf Instagram sein: Berichterstattung und Zielgruppen</p> <p>1.7.2. Den Algorithmus für die Entwicklung einer Content-Strategie auf Instagram verstehen</p> <p>1.7.3. Bewährte Methoden zur Steigerung von Engagement und Sichtbarkeit</p> <p>1.7.4. KPIs. Messung und Analyse der Ergebnisse auf Instagram</p>	<p>1.8. Facebook für die persönliche Marke nutzen</p> <p>1.8.1. Warum auf Facebook sein. Berichte und Zielgruppen</p> <p>1.8.2. Den Algorithmus für die Gestaltung der Facebook-Inhaltsstrategie verstehen</p> <p>1.8.3. Bewährte Methoden zur Steigerung von Engagement und Sichtbarkeit</p> <p>1.8.4. KPIs messen. Analysieren der Ergebnisse auf Facebook</p>
<p>1.9. Twitter für die persönliche Marke nutzen</p> <p>1.9.1. Warum Sie auf Twitter sein sollten: Berichterstattung und Zielgruppen</p> <p>1.9.2. Bewährte Methoden zur Steigerung von Engagement und Sichtbarkeit</p> <p>1.9.3. KPIs. Messen und Analysieren von Ergebnissen auf Twitter</p>	<p>1.10. Tiktok für die persönliche Marke nutzen</p> <p>1.10.1. Warum auf Tiktok sein: Berichte und Zielgruppen</p> <p>1.10.2. Bewährte Methoden zur Steigerung von Engagement und Sichtbarkeit</p> <p>1.10.3. KPIs. Messen und Analysieren von Ergebnissen in Tiktok</p>		

Modul 2. Personal Branding auf LinkedIn. Strategien für Sichtbarkeit und Engagement zum Aufbau einer persönlichen Marke auf LinkedIn

<p>2.1. Stärkung des Benutzerprofils auf LinkedIn</p> <p>2.1.1. Analyse eines LinkedIn-Benutzerprofils 2.1.2. Klärung der Ziele der LinkedIn-Nutzung 2.1.3. Identifizierung von verbesserungswürdigen Bereichen im LinkedIn-Profil</p>	<p>2.2. Aufbau der LinkedIn-Followerschaft</p> <p>2.2.1. Definieren der LinkedIn-Zielgruppe 2.2.2. Die Botschaft auf das LinkedIn-Publikum zuschneiden 2.2.3. Aufbau einer Zielgruppe aus LinkedIn-Postings</p>	<p>2.3. Referenzgemeinschaft auf LinkedIn</p> <p>2.3.1. Finden von Content-Leadern auf LinkedIn 2.3.2. Andere Community-Mitglieder auf LinkedIn identifizieren 2.3.3. Interaktion und Zusammenarbeit mit anderen Community-Mitgliedern auf LinkedIn</p>	<p>2.4. Sich mit aktiven Nutzern auf LinkedIn vernetzen</p> <p>2.4.1. Die Bedeutung der Suche nach aktiven Nutzern auf LinkedIn 2.4.2. Verfassen einer Einladung zur Kontaktaufnahme auf LinkedIn 2.4.3. Interaktion mit neuen Kontakten auf LinkedIn</p>
<p>2.5. Entwicklung einer soliden Inhaltsstrategie durch thematische Säulen</p> <p>2.5.1. Identifizierung und Positionierung der thematischen Säulen 2.5.2. Identifizierung der thematischen Säulen in der Strategie 2.5.3. Entwicklung und Pflege der thematischen Säulen im Laufe der Zeit</p>	<p>2.6. Verknüpfung der thematischen Säulen mit der persönlichen Geschichte. Die Bedeutung von Emotionen</p> <p>2.6.1. Identifizierung von Geschichten im Zusammenhang mit den thematischen Pfeilern, die Glaubwürdigkeit und virales Potenzial schaffen 2.6.2. Wie man auf LinkedIn wirkungsvolle Geschichten erzählt 2.6.3. Wie man persönliche Geschichten mit zentralen Botschaften auf LinkedIn verbindet 2.6.4. Wie man eine persönliche Transformationsgeschichte für einen ersten Beitrag auf LinkedIn schreibt</p>	<p>2.7. Wirkungsvolle Inhalte auf LinkedIn generieren. Die Bedeutung von Inspiration und Lehre</p> <p>2.7.1. Verwendung technischer oder wissenschaftlicher Daten im Zusammenhang mit den thematischen Säulen zur Erstellung von Lehrinhalten 2.7.2. Benchmarking: Fallstudien von Urhebern viraler Inhalte auf LinkedIn, die diese Techniken anwenden 2.7.3. Die Analyse in die Praxis umsetzen</p>	<p>2.8. Vorbereiten von Beiträgen für LinkedIn</p> <p>2.8.1. Auswahl des Inhalts und des Formats mit dem größten Potenzial für LinkedIn-Posts 2.8.2. Erstellen einer Vielzahl von Formaten und Stilen für LinkedIn-Posts 2.8.3. Veröffentlichung und Nachbereitung der ersten LinkedIn-Posts</p>
<p>2.9. Ihr LinkedIn-Konto wachsen lassen: Follower und Engagement</p> <p>2.9.1. Die Bedeutung der Überwachung von LinkedIn-Followern 2.9.2. Überwachung des Follower-Wachstums auf LinkedIn 2.9.3. Verwendung von Follower-Daten auf LinkedIn</p>	<p>2.10. Bewertung und Anpassung der redaktionellen Strategie</p> <p>2.10.1. Erkennen von Trends und Mustern im Publikumsverhalten 2.10.2. Verstärkung von Stärken und Schwächen zur Verbesserung der redaktionellen Strategie 2.10.3. Digitale Tools für die erweiterte Nutzung von LinkedIn 2.10.4. Optimale Nutzung von LinkedIn als Instrument zur Stärkung der digitalen persönlichen Marke</p>		

Modul 3. KPIs. Persönliche Markenwirkung: Metriken zur Messung von Ergebnissen und sektorübergreifenden Erfolgsgeschichten

3.1. Die KPIs der persönlichen Marke: Anwendung

- 3.1.1. Definition und Bedeutung der Einführung von KPIs
- 3.1.2. Arten von KPIs und Schlüsselindikatoren für die Messung des Erfolgs der persönlichen Marke
- 3.1.3. Die Rolle der Vision und der Positionierung der persönlichen Marke bei KPIs

3.2. Die Auswahl der richtigen KPIs zur Messung des Erfolgs Ihrer persönlichen Marke

- 3.2.1. Variablen für die Auswahl relevanter KPIs in der Strategie der persönlichen Marke
- 3.2.2. Identifizierung von Zielen für die persönliche Marke: Definition von Zielen der persönlichen Marke, um geeignete KPIs festzulegen
- 3.2.3. Priorisierung der KPIs entsprechend der festgelegten Ziele und Vorgaben

3.3. Arten von greifbaren KPIs für die persönliche Marke

- 3.3.1. Analyse von Reichweite-KPIs
- 3.3.2. Analyse der Interaktions-KPIs
- 3.3.3. Analyse der Konversions-KPIs

3.4. Arten von "immateriellen" KPIs für die persönliche Marke

- 3.4.1. Analyse von Reputations-KPIs
- 3.4.2. Analyse der Einfluss-KPIs
- 3.4.3. Analyse der Glaubwürdigkeits-KPIs

3.5. Persönliche Marke im Einfluss

- 3.5.1. Die Figur des Influencers. Arten von Influencern
- 3.5.2. Ansatz für Influencer -Marketing
- 3.5.3. Vorteile, Auswahl und KPIs

3.6. Interpretation der KPIs: Überwachung, Messung und Optimierung

- 3.6.1. Monitoring: Implementierung eines Systems zur Überwachung und Messung von KPIs für die persönliche Marke
- 3.6.2. Messung: Interpretation der Daten
- 3.6.3. Optimierung: Zu bewertende Aspekte, um die Strategie entsprechend der KPIs anzupassen
- 3.6.4. Abschließende Empfehlungen

3.7. Fallstudie: Persönliche Marke bei Unternehmen und Freiberuflern

- 3.7.1. Fall 1: Präsentation, Analyse der digitalen Strategie und bewährte Praktiken
- 3.7.2. Fall 2: Präsentation, Analyse der digitalen Strategie und bewährte Praktiken
- 3.7.3. Fall 3: Präsentation, Analyse der digitalen Strategie und bewährte Praktiken

3.8. Fallstudie: Persönliche Marke bei Influencern

- 3.8.1. Fall 1: Präsentation, Analyse der digitalen Strategie und bewährte Praktiken
- 3.8.2. Fall 2: Präsentation, Analyse der digitalen Strategie und bewährte Praktiken
- 3.8.3. Fall 3: Präsentation, Analyse der digitalen Strategie und bewährte Praktiken

3.9. Fallstudie: Persönliche Marke bei Athleten

- 3.9.1. Fall 1: Präsentation, Analyse der digitalen Strategie und bewährte Praktiken
- 3.9.2. Fall 2: Präsentation, Analyse der digitalen Strategie und bewährte Praktiken
- 3.9.3. Fall 3: Präsentation, Analyse der digitalen Strategie und bewährte Praktiken

3.10. Fallstudie: Persönliche Marke in der freien Wirtschaft

- 3.10.1. Fall 1: Präsentation, Analyse der digitalen Strategie und bewährte Praktiken
- 3.10.2. Fall 2: Präsentation, Analyse der digitalen Strategie und bewährte Praktiken
- 3.10.3. Fall 3: Präsentation, Analyse der digitalen Strategie und bewährte Praktiken



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, die zuvor einen der Abschlüsse in den Bereichen Sozial-, und Unternehmen, Marketing und Unternehmenskommunikation erworben haben.

Die Vielfalt der Teilnehmer mit unterschiedlichen akademischen Profilen und mehreren Nationalitäten macht den multidisziplinären Ansatz dieses Programms aus.

Auch Berufstätige mit einem Hochschulabschluss in einem beliebigen Bereich und zwei Jahren Berufserfahrung im Bereich des digitalen Marketings können den Universitätsexperten absolvieren.



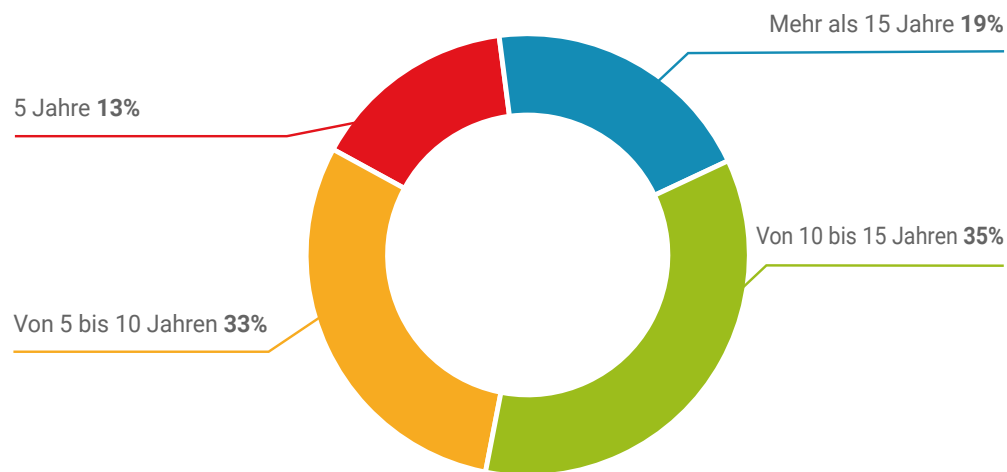
“

Die Möglichkeit, Erfahrungen mit Experten aus verschiedenen Bereichen im Zusammenhang mit sozialen Medien auszutauschen, wird Ihre Weiterbildung bereichern und einen bedeutenden Mehrwert darstellen"

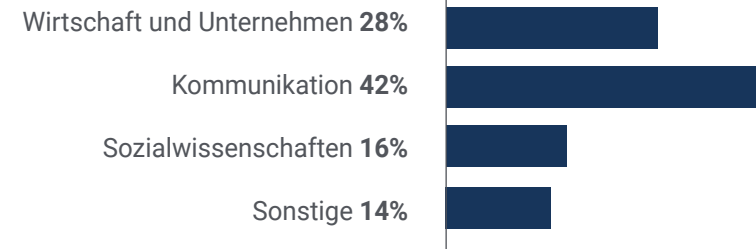
Durchschnittliches Alter

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

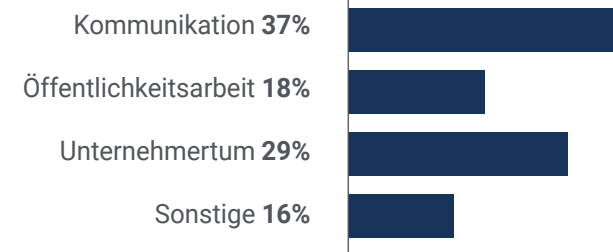
Jahre der Erfahrung



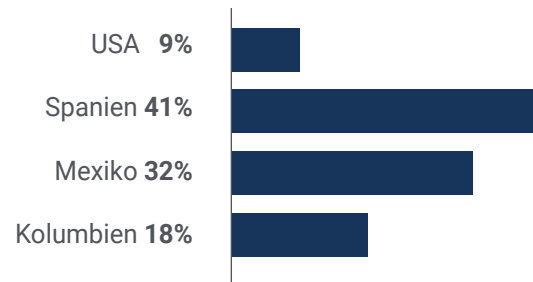
Ausbildung



Akademisches Profil



Geografische Verteilung



Estefanía Arminda Díaz

Community Manager

"Dank des praxisnahen und umfassenden Unterrichts durch den Universitätsexperten in Social Media Branding habe ich gelernt, wie ich eine starke persönliche Marke in den sozialen Medien aufbauen kann. Das erworbene Wissen hat es mir ermöglicht, effektive Strategien zu entwickeln und greifbare Ergebnisse für mein Unternehmen zu erzielen"

08

Kursleitung

Das Dozententeam dieses Studiengangs besteht aus aktiven Fachleuten mit umfangreicher Erfahrung im Bereich *Social Media Branding*. Jeder von ihnen verfügt über eine herausragende berufliche Laufbahn in verschiedenen Bereichen, von der Erstellung von Inhalten bis hin zum Online-Community-Management. Die Studenten haben somit die Möglichkeit, von anerkannten Branchenexperten zu lernen und persönliche Ratschläge zur Entwicklung ihrer Fähigkeiten in diesem Bereich zu erhalten.



“

Profitieren Sie von einem Dozententeam mit anerkannter Erfahrung im Bereich Social Media, um Ihre Karriere auf die nächste Stufe zu heben"

Leitung



Fr. Vázquez Viaño, Laura María

- ♦ Marketingdirektorin und Leiterin der digitalen Strategie bei Torres y Carrera
- ♦ Direktorin für Kundendienste und Chief Marketing Officer bei Roi Scroll
- ♦ Head of Social Media und PR Digital bei Havas
- ♦ Senior Beraterin für Kommunikation und soziale Medien bei Best Relations
- ♦ Account Executive Junior Werbung und PR- Noa Nogueira
- ♦ Dozentin an der Europäischen Universität Miguel de Cervantes
- ♦ Dozentin an der Internationalen Marketingschule
- ♦ Dozentin an der Hochschule für Öffentlichkeitsarbeit von Barcelona
- ♦ Dozentin bei IEBS
- ♦ Hochschulabschluss in Werbung und Öffentlichkeitsarbeit. Zweifacher außerordentlicher Preis zum Abschluss des Studiums von der Xunta de Galicia und der Universität von Vigo
- ♦ Aufbaustudiengang in Suchmaschinen- und Social Media Marketing an der Universität von Barcelona



Professoren

Dr. López Rodríguez, Carla

- Internationale Beraterin und Personal Branding-Ausbilderin
- Visual Commercial, verantwortlich für die Produktpräsentation bei Inditex in Österreich
- Dozentin an der Universität von Vigo
- Dozentin an der Universität Unir
- Hochschulabschluss in Werbung und PR an der Universität von Alicante
- Hochschulabschluss in audiovisueller Kommunikation an der Universität Vigo
- Promotion in Kommunikation von der Universität Vigo mit internationaler Erwähnung und Cum Laude
- Masterstudiengang in Strategisches Management und Innovation in der Kommunikation von der Universität von Málaga

Fr. Luque Diaz, Daniela

- Beraterin für persönliche Marken auf LinkedIn
- Koordinatorin für Marketingstrategie bei KIND APP in Schweden
- Koordinatorin für Kunstprogramme in der Abteilung für Kunst und Geisteswissenschaften an der New York University
- Management der Marketingstrategie für die Modeaccessoires-Kollektion der Marke AITA
- Projektmanagerin / Marketing & Veranstaltungen bei Top Gear Promotions in Dubai
- Betriebskoordinatorin für Eurofragance in Dubai
- Business Development Managerin bei der Intercom Group in Barcelona
- Hochschulabschluss in Film- und Fernsehproduktion an der Nationalen Universität von Kolumbien
- Masterstudiengang in Unternehmertum & Innovation am Sten K, Johnson Centre for Entrepreneurship der Universität Lund
- Masterstudiengang in Öffentlichkeitsarbeit & Protokoll von der ESERP Business School
- Masterstudiengang in Retail Management an der Autonomen Universität von Barcelona

09

Auswirkung auf Ihre Karriere

Dieses Universitätsprogramm kann einen großen Einfluss auf die Karriere von Fachkräften haben, die sich auf soziale Medien und digitales Marketing spezialisieren, indem es ihnen die Fähigkeiten und das Wissen vermittelt, die für die Entwicklung effektiver Markenstrategien auf digitalen Plattformen erforderlich sind. Die Nachfrage nach Fachkräften in diesem Bereich steigt, und eine Weiterbildung in diesem Bereich kann Chancen für einen beruflichen Aufstieg und eine bessere Karriere eröffnen. Darüber hinaus kann das Wissen im Bereich *Social Media Branding* in einer Vielzahl von Branchen und Sektoren angewendet werden, was dieses Universitätsstudium zur besten akademischen Option auf dem Markt macht.



“

Sie werden in der Lage sein, segmentierte Inhalte für jedes soziale Netzwerk zu erstellen und dabei auf die Interessen Ihrer Zielgruppe einzugehen"

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

Der Universitätsexperte in Social Media Branding der TECH ist ein intensives Programm, das auf Herausforderungen und Geschäftsentscheidungen im Bereich des digitalen Marketings vorbereitet. Das Hauptziel ist es, Ihre persönliche und berufliche Entwicklung zu fördern. Wir helfen Ihnen, erfolgreich zu sein.

Wenn Sie sich verbessern, eine positive Veränderung auf beruflicher Ebene erreichen und mit den Besten zusammenarbeiten wollen, sind Sie hier genau richtig.

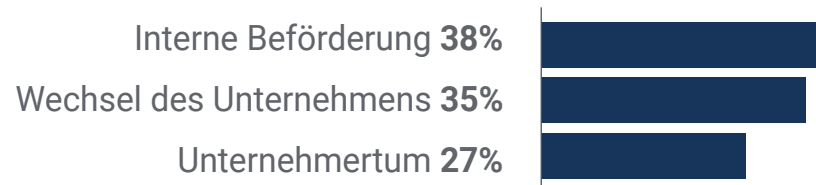
Schreiben Sie sich jetzt ein und finden Sie heraus, wie es ist, ein Hochschulabsolvent in einem wachsenden digitalen Sektor zu werden - 100% online und in nur 6 Monaten.

In diesem Programm lernen Sie, die richtigen KPIs effizient einzusetzen, um den Erfolg Ihrer persönlichen Marke zu messen.

Zeitpunkt des Wandels

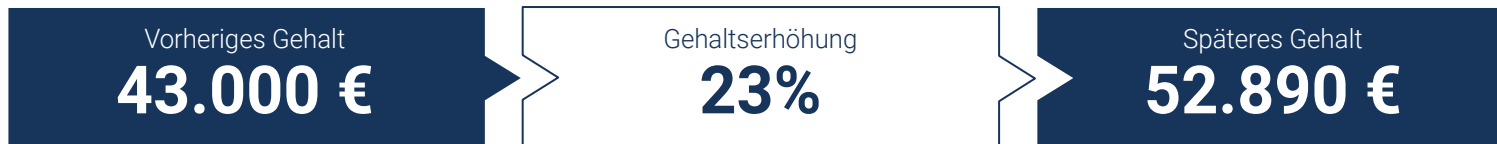


Art des Wandels



Gehaltsverbesserung

Der Abschluss dieses Programms bedeutet für unsere Studenten eine Gehaltserhöhung von mehr als **23%**



10

Vorteile für Ihr Unternehmen

Unternehmen können von einem Spezialisten für *Social Media Branding* profitieren, der einen Hochschulabschluss in diesem Bereich hat. Ein Experte auf diesem Gebiet kann effektive *Branding*-Strategien in sozialen Netzwerken entwickeln, um das Markenimage des Unternehmens zu verbessern und neue Kunden zu gewinnen. Darüber hinaus kann eine im *Social Media Branding* qualifizierte Person die Metriken auf den digitalen Plattformen des Unternehmens überwachen und analysieren, Verbesserungsmöglichkeiten identifizieren und die Methoden entsprechend anpassen. Daher kann die Investition in einen Experten in diesem Bereich einen großen Einfluss auf den Erfolg eines Unternehmens im digitalen Zeitalter haben.



“

Im digitalen Zeitalter bringt der Community Manager neue Konzepte, Strategien und Perspektiven in das Unternehmen ein, die wesentliche Veränderungen in der Organisation bewirken können"

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 Social Media Branding 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 Social Media Branding** 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 Social Media Branding**

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 Social Media Branding

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

Universitätsexperte

Social Media Branding

