

Universitätsexperte

Strategisches Management der Persönlichen Marke





Universitätsexperte Strategisches Management der Persönlichen Marke

- » 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-strategisches-management-personlichen-marke

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

Das strategische Management der persönlichen Marke einer Person oder eines Unternehmens ist ein wichtiger Prozess für den beruflichen und geschäftlichen Erfolg. Der Wettbewerb auf dem Arbeitsmarkt wird immer härter und Differenzierung ist entscheidend, um sich von der Konkurrenz abzuheben. Aus diesem Grund hilft die persönliche Marke den Führungskräften eines Unternehmens, eine unverwechselbare Identität aufzubauen, die es ihnen ermöglicht, sich abzuheben und im Gedächtnis zu bleiben. In diesem Sinne haben auch die Unternehmen selbst begonnen, die Bedeutung von Mitarbeitern mit einer starken persönlichen Marke zu schätzen, da dies dazu beitragen kann, ihr Image zu verbessern und Vertrauen bei Kunden und Lieferanten zu schaffen. Aus diesem Grund hat TECH diesen 100% Online-Studiengang entwickelt, der Ihnen eine umfassende und aktuelle Weiterbildung in diesem Bereich bietet, wobei der Schwerpunkt auf der praktischen Anwendung der wirksamsten Strategien und Instrumente liegt.



Universitätsexperte in Strategisches Management der Persönlichen Marke.
TECH Technologische Universität



“

Lernen Sie die neuesten Techniken für den Aufbau einer persönlichen Marke kennen und werden Sie mit diesem Universitätsprogramm zu einem gefragten Experten auf diesem Gebiet"

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 Universitätsabschluss trägt dazu bei, dass Fachleute in der Lage sind, ein authentisches und kohärentes Bild der persönlichen Marke von Managern und Führungskräften zu entwickeln. Dies geschieht durch die Berücksichtigung ihrer Stärken und Fähigkeiten, den Aufbau nützlicher Beziehungen zu anderen Fachleuten in der Branche, die Verbesserung ihrer geschäftlichen und unternehmerischen Möglichkeiten und den Aufbau eines soliden Rufs in ihrem Arbeitsbereich. Darüber hinaus können Personal Branding-Spezialisten die Führungsqualitäten dieser Experten verbessern, was sich positiv auf ihre Produktivität und ihren Geschäftserfolg auswirken kann.



“

*Beherrschen Sie das notwendige
Handwerkszeug, um eine Reputationskrise
zu vermeiden und mit ihr umzugehen,
wenn sie doch einmal eintritt"*

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

Der **Universitätsexperte in Strategisches Management der Persönlichen Marke** wird den Studenten zu Folgendem befähigen:

01

Identifizieren, aus der Perspektive der Selbsterkenntnis, die Werte, die das Rückgrat der persönlichen Marke bilden

02

Bewerten des Ausgangspunkts und Nutzen der fortschrittlichsten Werkzeuge zur Selbsterkenntnis

03

Entdecken, im Brand Core (Markenkern), wie der Zweck, die Vision und die Werte identifiziert werden können und Erkennen, welchen praktischen Nutzen sie haben

04

Arbeiten an der Markenpositionierung, Identifizieren der Zielgruppe, des Marktes und der Ziele und Untersuchen des Wertangebots als Kern des persönlichen Geschäftsmodells



05

Betrachten der Elemente der Persönlichkeit als nützlich für die Entwicklung eines Markennamens und eines Slogans, der sie definiert

06

Entwickeln eines persönlichen Markenarchetyps mit Hilfe verschiedener Methoden

07

Analysieren der verschiedenen Möglichkeiten der Monetarisierung von *Personal Branding*

08

In der Lage sein, eine Reputationskrise zu verhindern und sie zu bewältigen, falls sie eintritt



05

Struktur und Inhalt

Der Universitätsexperte in Strategisches Management der Persönlichen Marke bietet eine umfassende Weiterbildung in den Techniken des Personal Branding, sowohl für den Aufbau von persönlichen Marken in Unternehmen und Organisationen als auch für Führungskräfte. Das Programm besteht aus verschiedenen Modulen, die von strategischen Aspekten bis hin zur Messung der Ergebnisse reichen, und wird in einem 100%igen Online-Format unterrichtet, das den Studenten ein hohes Maß an Flexibilität bietet. Darüber hinaus wurde es auf der Grundlage der *Relearning*-Methode entwickelt, was bedeutet, dass die Studenten in der Lage sein werden, selbständig und individuell zu studieren, ohne zeitliche oder örtliche Einschränkungen und mit ständiger Unterstützung von Experten auf dem Gebiet.



“

6 Monate lang haben Sie Zugang zu einem Lehrplan auf hohem Niveau mit den aktuellsten Informationen des Sektors"

Lehrplan

Der Universitätsexperte in Strategisches Management der Persönlichen Marke der TECH Technologischen Universität ist ein intensives Programm, das darauf vorbereitet, Herausforderungen und Geschäftsentscheidungen im Bereich der Unternehmenskommunikation zu treffen.

Der Inhalt des Universitätsexperten in Strategisches Management der Persönlichen Marke zielt darauf ab, die Entwicklung von Managementfähigkeiten zu fördern, die eine präzisere Entscheidungsfindung in unsicheren Umgebungen ermöglichen.

Während der 600 Unterrichtsstunden wird der Student in Einzel- und Gruppenarbeit eine Vielzahl von praktischen Fällen analysieren. Es ist also ein echtes Eintauchen in reale Geschäftssituationen.

Der Universitätsexperte befasst sich unter anderem eingehend mit der Entwicklung einer SWOT-Analyse, den Eckpfeilern der Positionierung wie Markenkern und Markenpositionierung, den Eckpfeilern der verbalen und visuellen Identität sowie den

Techniken des Copywritings. Ziel ist es, Führungskräften das strategische Management der persönlichen Marke 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 4 Module unterteilt:

Modul 1

Selbstdiagnose zum Aufbau einer persönlichen Marke. Reputation auf dem Markt, SWOT, Audit und *Benchmarking*

Modul 2

Planung der persönlichen Marke. Analyse von Differenzierungsfaktoren. Säulen der Positionierung: *Brand Core* und *Brand Positioning*

Modul 3

Strategie der persönlichen Marke. *Brand Persona*. Schlüssel zur verbalen und visuellen Identität. *Elevator Pitch*, *Rhetorik* und *Personal Storytelling*

Modul 4

Entwicklung der persönlichen Marke. Strategische Auswahl von Plattformen, Kommunikationsstrategie und Inhaltsplan. Techniken des Copywriting



Wo, wann und wie wird unterrichtet?

TECH bietet die Möglichkeit, diesen Universitätsexperten in Strategisches Management der Persönlichen Marke 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 Studienzzeit selbst zu verwalten.

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

Modul 1. Selbstdiagnose zum Aufbau einer persönlichen Marke. Reputation auf dem Markt, SWOT, Audit und *Benchmarking*

1.1. Selbstdiagnose für den Aufbau einer persönlichen Marke

- 1.1.1. Selbsteinschätzung und Selbsterkenntnis für den Aufbau einer persönlichen Marke
- 1.1.2. Selbsterkenntnis: der erste Schritt im Management der persönlichen Marke
- 1.1.3. Zentrale Aspekte während des Personal Branding Prozesses

1.2. Marktrepuation. Ein Blick nach außen

- 1.2.1. Bedeutung von Markenwahrnehmung und Reputation
- 1.2.2. Zusammenhang zwischen dem, was andere wahrnehmen, und den Werten der persönlichen Marke
- 1.2.3. Sammeln von wahrgenommenen Marktdaten als persönliche Marke

1.3. Persönliche SWOT angewandt auf die persönliche Marke

- 1.3.1. SWOT angewandt auf die persönliche Marke
- 1.3.2. Entwicklungsstrategie der persönlichen SWOT
- 1.3.3. Wie man Stärken ausbauen und nutzen kann

1.4. Auditing, bewährte Verfahren und *Benchmarking*

- 1.4.1. Identifizierung der persönlichen Marken, die in der Branche Maßstäbe setzen
- 1.4.2. Identifizierung der Erfolgsfaktoren
- 1.4.3. Positionierungsziel, das als persönliche Marke erreicht werden soll

1.5. Der Zweck: der leitende Polarstern der persönlichen Marke

- 1.5.1. Der Lebenszweck
- 1.5.2. Identifizierung des Zwecks: Kraftvolle Fragen
- 1.5.3. Ikigai und andere klärende Werkzeuge
- 1.5.4. Identifizierung der persönlichen Marken, die in der Branche Maßstäbe setzen. Verbindung zwischen persönlicher Marke und Lebenszweck

1.6. Ziele bei der persönlichen Marke

- 1.6.1. Strategie zur Identifizierung des wichtigsten Ziels für die persönliche Marke
- 1.6.2. Festlegung von SMART-Zielen
- 1.6.3. Überlegungen zur Sichtbarkeit oder zum Umsatz

1.7. Überlegungen zum Zielpublikum und zum Nutzenversprechen

- 1.7.1. Zielpublikum: Identifizierung des Unternehmens, das an Ihren Stärken interessiert ist
- 1.7.2. Bestimmung des Wertversprechens
- 1.7.3. Strategie zur Entwicklung des Wertversprechens

1.8. Einfluss des Selbstbewusstseins auf die Entwicklung der persönlichen Marke

- 1.8.1. Fallstudie: Prozess der Identifizierung von Markenwerten
- 1.8.2. Fallstudie: Nützlichkeit bei der Beeinflussung der Differenzierung als persönliche Marke
- 1.8.3. Fallstudie: Auswirkungen auf die Zielgruppen

1.9. Geschäftsmodell

- 1.9.1. Durchführbarkeitsstudie über die Monetarisierung einer persönlichen Marke
- 1.9.2. Identifizierung der Hauptakteure und anderer relevanter Aspekte
- 1.9.3. Aufbau einer persönlichen Marke als Unternehmen

1.10. *Personal Branding Model Canvas* in der Praxis

- 1.10.1. Präsentation des *Personal Branding Model Canvas*
- 1.10.2. Verwendung des Tools
- 1.10.3. Praktisches Beispiel

Modul 2. Planung der persönlichen Marke. Analyse der Differenzierungsfaktoren der persönlichen Marke. Säulen der Positionierung: *Brand Core* und *Brand Positioning*

<p>2.1. Die drei Säulen der Markenpositionierung: "Erkenne dich, entwickle dich, zeige dich"</p> <p>2.1.1. Die Methodik des <i>Iceberg</i> der persönlichen Marke</p> <p>2.1.2. Ordnung: der Schlüssel zum Erfolg</p> <p>2.1.3. Veränderung und Dynamik. Die Notwendigkeit, sich neu zu bewerten</p>	<p>2.2. Wie man die persönliche SWOT in einen strategischen Plan umwandelt</p> <p>2.2.1. Wie man Schwächen in Stärken verwandelt</p> <p>2.2.2. Wie man Bedrohungen in Gelegenheiten verwandelt</p> <p>2.2.3. Wie man Stärken in Gelegenheiten verwandelt</p>	<p>2.3. <i>Brand Core</i> I. Zweck: Identifizierung. Nützlichkeit. Beispiele</p> <p>2.3.1. Wenn Sie ein Wozu haben, werden Sie das Wie und das Was lösen</p> <p>2.3.2. Methoden zur Ermittlung des Zwecks</p> <p>2.3.3. Inspirierende Beispiele für den Zweck</p>	<p>2.4. <i>Brand Core</i> II. Vision. Beispiele</p> <p>2.4.1. Kurz-, mittel- und langfristige Vision. Zielsetzung</p> <p>2.4.2. Warum es sich lohnt, bei der Vision ehrgeizig zu sein</p> <p>2.4.3. Inspirierende Beispiele für Visionen und ihre Nützlichkeit für die persönliche Marke</p>
<p>2.5. <i>Brand Core</i> III. Werte: Identifikation, Management und Projektion. Beispiele</p> <p>2.5.1. Werkzeuge zur Identifizierung von Werten</p> <p>2.5.2. Management von Werten und Projektion durch Bilder oder Zeugnisse</p> <p>2.5.3. Beispiele für die Projektion und Verwendung von Werten</p>	<p>2.6. <i>Brand Positioning</i> I. Zielgruppe, Kundensegmente</p> <p>2.6.1. Demografische Profile zur Identifizierung der Zielgruppen</p> <p>2.6.2. Psychologisches Profiling. Ängste und Illusionen</p> <p>2.6.3. Einfühlungsvermögen: Die Einwände der Menschen gegen eine Zusammenarbeit mit Ihnen verstehen</p>	<p>2.7. <i>Brand Positioning</i> II. Markt</p> <p>2.7.1. Den Marktkontext der Zielgruppe verstehen</p> <p>2.7.2. Forschung, um den potenziellen Markt zu messen</p> <p>2.7.3. Entwicklung von Positionierungskarten</p>	<p>2.8. <i>Brand Positioning</i> III. Ziele</p> <p>2.8.1. Ziel nach Bezugsfeld</p> <p>2.8.2. Ziel nach Fachgebiet</p> <p>2.8.3. Ziel nach geographischem Gebiet</p>
<p>2.9. <i>Brand Positioning</i> IV. Wertversprechen. Relevanz und Differenzierung. Beispiele</p> <p>2.9.1. Persönliches Nutzenversprechen. Der Kunde</p> <p>2.9.2. Persönliches Nutzenversprechen. Der relevante Unterschied</p> <p>2.9.3. Inspirierende Beispiele für persönliche Wertversprechen</p>	<p>2.10. <i>Brand Positioning</i> V. <i>Business Model You</i>, Ihr Geschäftsmodell</p> <p>2.10.1. Das <i>Business Model You Canvas</i> von Osterwalder, Pigneur, Clark</p> <p>2.10.2. Zentrale Elemente: Kunden, angebotener Wert, Kanäle und Rollen</p> <p>2.10.3. Aktivitäten, Ressourcen, wichtige Partner und Wirtschaftsmodell</p>		

Modul 3. Strategie der persönlichen Marke. *Brand Persona*. Schlüssel zur verbalen und visuellen Identität. *Elevator Pitch*, Rhetorik und Personal Storytelling

<p>3.1. Brand Persona I. Persönliche Markenarchetypen. Beispiele</p> <p>3.1.1. Die 12 Archetypen von Jung. Beispiele</p> <p>3.1.2. Die 16 Archetypen des Tests der 16 <i>Personalities</i></p> <p>3.1.3. Die archetypische Mischung. Impulse und Angst im Archetypenmanagement</p>	<p>3.2. Brand Persona II. Persönlichkeit</p> <p>3.2.1. <i>Brand Voice</i>. Deskriptoren für den Tonfall</p> <p>3.2.2. Projektion des Tons der Stimme</p> <p>3.2.3. Beispiele für den Gebrauch der Stimme</p>	<p>3.3. Brand Persona III. <i>Naming & Tagline</i></p> <p>3.3.1. Verwendung von <i>Mindmaps</i>, um die <i>Tagline</i> zu finden</p> <p>3.3.2. Einsatz von <i>Brainstorming</i>, um die <i>Tagline</i> zu finden</p> <p>3.3.3. Die fünf Formate eines einprägsamen Slogans</p>	<p>3.4. Verbale und nonverbale Identität</p> <p>3.4.1. Verbale Identität. Schriftlicher Stil und mündlicher Stil</p> <p>3.4.2. Nonverbale Identität: Was unsere "<i>Uniqueness</i>" ausmacht</p> <p>3.4.3. Inspirierende Beispiele für verbale und nonverbale Identität</p>
<p>3.5. Visuelle Identität, Image und Konsistenz mit der Botschaft</p> <p>3.5.1. Neutrale visuelle Identität: Mit "Nicht-Image" unbemerkt bleiben</p> <p>3.5.2. Starke visuelle Identität, Vor- und Nachteile</p> <p>3.5.3. Beispiele für visuelle Identität</p>	<p>3.6. <i>Elevator Pitch</i>. Beispiele</p> <p>3.6.1. Die Tony Reiss Methode: Wow, How, Now</p> <p>3.6.2. Persönliche Präsentation, Verkaufsgespräch, Anwerbung von Investoren</p> <p>3.6.3. Anpassung an das wirkliche Leben. Beispiele</p>	<p>3.7. Öffentliches Reden, Schlüssel zu natürlichen und inspirierenden Reden</p> <p>3.7.1. Das Gerüst der Rede und der Löser</p> <p>3.7.2. Das Gute, das Schlechte, die Reise, die Auflösung</p> <p>3.7.3. Was die besten Geschichten gemeinsam haben</p>	<p>3.8. Von den Daten zur Geschichte: Die 5 Arten des persönlichen <i>Storytellings</i></p> <p>3.8.1. Präsentatives und introspektives Geschichtenerzählen</p> <p>3.8.2. Nutzenversprechen-Story</p> <p>3.8.3. Werteerzählung und barrierefreies Geschichtenerzählen</p>
<p>3.9. Lerne mit den Besten: Die besten persönlichen Geschichten</p> <p>3.9.1. Geschäftliches Storytelling</p> <p>3.9.2. Politisches oder wahlkampforientiertes Storytelling</p> <p>3.9.3. Erzählungen, die an jede Situation angepasst sind</p>	<p>3.10. <i>Personal Branding Canvas</i></p> <p>3.10.1. Konkurrenten: Zielgruppe, Positionierung, Kommunikation</p> <p>3.10.2. Sektor: Fähigkeiten, Beruf, Gründe für die Überzeugung, Identität</p> <p>3.10.3. Investitionen und Ergebnisse</p>		

Modul 4. Entwicklung der persönlichen Marke. Strategische Auswahl von Plattformen, Kommunikationsstrategie und Inhaltsplan. Techniken des *Copywriting*

4.1. Leinwand der persönlichen Kommunikation I. Zielgruppe, Botschaft und Medium

- 4.1.1. Zielgruppe: Hintergrund, Demographie, Hindernisse, allgemeine Einwände
- 4.1.2. Botschaft: Nutzenversprechen, Pitch, Bio der sozialen Netzwerke, About Me, LinkedIn, persönliche Geschichte
- 4.1.3. Medium: Massen-, berufliche, persönliche oder hybride Netzwerke, vertikale Netzwerke

4.2. Leinwand der persönlichen Kommunikation II. Zutaten und Formate für eine digitale Biographie

- 4.2.1. Wahl des persönlichen Markennamens auf der Grundlage seiner Exklusivität und Stärke
- 4.2.2. Umformulierung eines Wertversprechens in einen kurzen Titel
- 4.2.3. Definition von Beruf, Erfahrung, harten und weichen Kompetenzen

4.3. Leinwand der persönlichen Kommunikation III. Der Inhaltsplan: Erstellung

- 4.3.1. Auswahl der Quellen, Abonnementmodelle
- 4.3.2. Einrichtung von Kategorien und Unterkategorien
- 4.3.3. 800 Wörter, inspiriert von Erfahrungen und Kompetenzen

4.4. Leinwand der persönlichen Kommunikation IV. Der Inhaltsplan: Kuratieren

- 4.4.1. Kuratierung von Inhalten und Programmformate
- 4.4.2. Der Moment der Wahrheit: veröffentlichen, kommentieren, interagieren, verbinden
- 4.4.3. Kontrollieren, iterieren, testen

4.5. Leinwand der persönlichen Kommunikation V. Verschreiber

- 4.5.1. Zufriedene Kunden, die besten Verschreiber
- 4.5.2. Familie und Freunde: Studienkollegen, Arbeitskollegen
- 4.5.3. Branchenführer, Berufsverbände, Vereinigungen

4.6. Leinwand der persönlichen Kommunikation VI. Investition in persönliches Marketing, Monetarisierung

- 4.6.1. Investitionen: Zeit, Abonnements, Rechtliches, Branding, *Paid Media*, variable Kosten
- 4.6.2. Monetarisierung: Produktverkauf, Zeitverkauf (Beratung, Fortbildung, Mentoring)
- 4.6.3. Passive Monetarisierung: Abonnements, Lizenzen, Online-Kurse, *E-Books*, Affiliate-Verkäufe

4.7. Copywriting-Strategien: Vom Konzept zum Text

- 4.7.1. Vorteile versus Merkmale
- 4.7.2. Sozialer Beweis und Bandwagon-Effekt
- 4.7.3. Überschriften, Botschaften, Metaphern, Verben und Rhythmus

4.8. Strategien der künstlichen Intelligenz, angewandt auf Inhalte, Copywriting und Bilder

- 4.8.1. KI ersetzt nicht, sie vervollständigt. Strategie für den Einsatz von KI
- 4.8.2. *Prompts* zur Erweiterung des Inhalts
- 4.8.3. *Prompts* zum *Copywriting* und zur Verwendung von Bildern

4.9. Grundlagen der Krisenprävention und des Krisenmanagements

- 4.9.1. Überwachung der Online-Präsenz
- 4.9.2. Erstellung von Aktionsplanprotokollen
- 4.9.3. Umgang mit der Krise: Schnelligkeit, Transparenz und Ehrlichkeit

4.10. Reputation des Managements

- 4.10.1. Integrität und Ethik: Reputation, Nachhaltigkeit und CSR-Kernwerte
- 4.10.2. Effektive Kommunikation: Durchsetzungsvermögen, Einfühlungsvermögen, Eingestehen von Fehlern, Feiern von Erfolgen
- 4.10.3. Diagnose und Messung der Reputation des Managements

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.



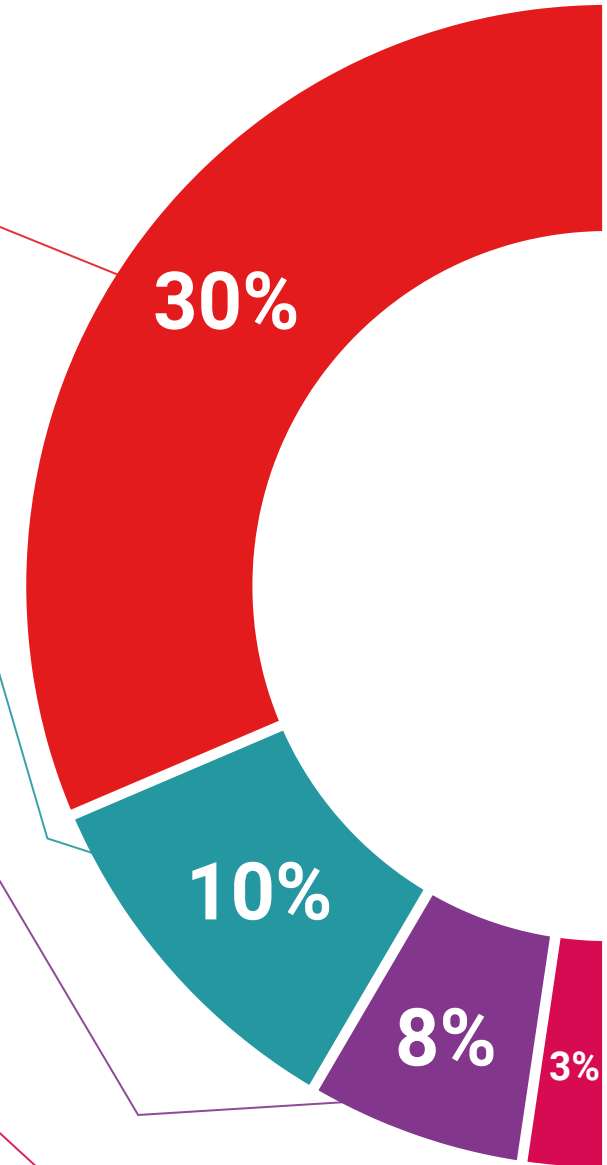
Übungen zu Managementfähigkeiten

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 oder 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.





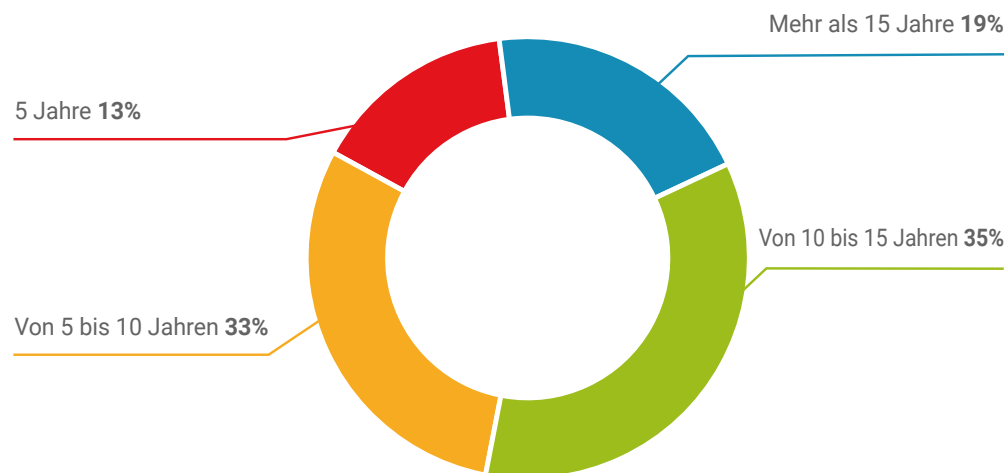
“

Dank dieses Universitätsexperten können Sie sich mit Fachleuten aus aller Welt vernetzen, die auf Personal Branding spezialisiert sind. Nutzen Sie diese Gelegenheit"

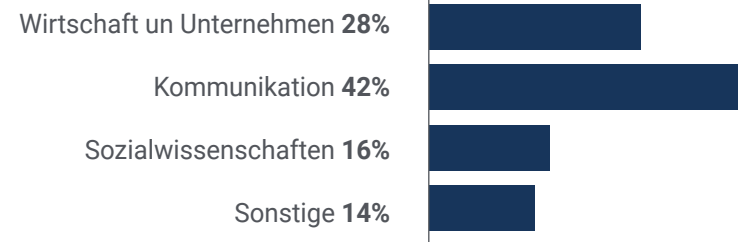
Durchschnittliches Alter

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

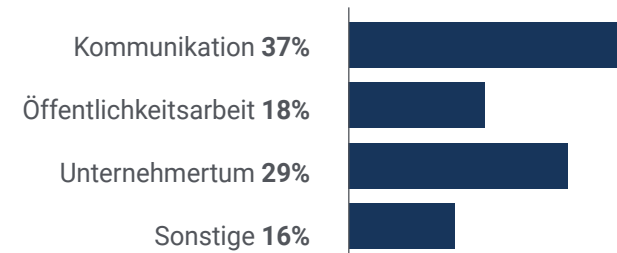
Jahre der Erfahrung



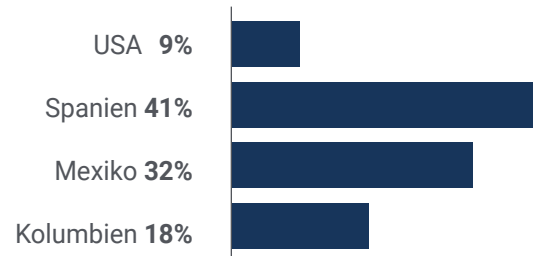
Ausbildung



Akademisches Profil



Geografische Verteilung



Lucía Reyes Vila

Markenberaterin

"Dank des Universitätsexperten in Strategisches Management der Persönlichen Marke ist es mir gelungen, meine berufliche Karriere anzukurbeln und die Sichtbarkeit meines Unternehmens zu verbessern. Ich habe Kompetenzen und Fähigkeiten erworben, die es mir ermöglicht haben, eine effektive Personal Branding Strategie zu entwickeln. Ich empfehle dieses Programm all jenen, die ihre Karriere ankurbeln und sich in einem immer stärker umkämpften Markt differenzieren wollen"

08

Kursleitung

Das Dozententeam dieser Universität besteht aus erfahrenen Fachleuten, die die persönlichen Marken von Führungskräften in renommierten Unternehmen auf der ganzen Welt gemanagt haben. Darüber hinaus sind sie aktiv in der Wirtschaft tätig, wodurch sie über die neuesten Trends und Instrumente in diesem Bereich auf dem Laufenden sind. Dank ihrer umfangreichen Erfahrung in der Geschäftswelt haben die Studenten Zugang zu einer praktischen und realistischen Vision, wie sie das erworbene Wissen in ihrer Karriere anwenden können.



“

*TECH hat ein Dozententeam ausgewählt,
das in der Branche für seine Arbeit in
großen Unternehmen bekannt ist”*

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. García Veiga, Mariam

- ◆ CEO RockNRebel
- ◆ Forschende Dozentin an der Universität von Santiago de Compostela
- ◆ Hochschulabschluss in Politikwissenschaft und Öffentliche Verwaltung an der Universität von Santiago de Compostela
- ◆ Promotion in Zeitgenössische Politische Prozesse an der Universität von Santiago de Compostela
- ◆ Masterstudiengang in Marketing und Politische Kommunikation an der Universität von Santiago de Compostela
- ◆ Masterstudiengang in Fortgeschrittene Statistische Techniken an der Universität von Santiago de Compostela
- ◆ Masterstudiengang in International Business/Trade/Commerce von der Interkontinentalen Universität für Unternehmen
- ◆ Masterstudiengang in Webanalyse von der Kschool

Hr. Recolons Argenter, Guillem

- ◆ Brand Director bei Omnia Marketing
- ◆ Berater und Partner bei Integra Personal Branding
- ◆ Direktor und Partner bei Soymimarca
- ◆ Direktor und Berater für Persönliche Kommunikation bei Lateral Consulting
- ◆ Geschäftsführer bei Altraforma
- ◆ Stellvertretender Direktor und Direktor für neue Geschäfte bei Saatchi & Saatchi Advertising
- ◆ Dozent-Professor für Politisches Personal Branding an der Univesritat Ramon Llul
- ◆ Dozent für Personal Branding an der Universitat Pompeu Fabra
- ◆ Masterstudiengang in Marketing ESMA
- ◆ Publizist am Institut für Marketing und Kommunikation von Katalonien
- ◆ Hochschulabschluss in Geisteswissenschaften von der Offenen Universität von Katalonien UOC

09

Auswirkung auf Ihre Karriere

Die Weiterbildung zum Universitätsexperten in Strategisches Management der Persönlichen Marke ist für jeden Berufstätigen, der sich in seiner Branche profilieren möchte, von großer Bedeutung. Durch dieses Programm wird der Spezialist in die Prozesse der Schaffung, des Managements und der effektiven Positionierung der persönlichen Marke seines Unternehmens eingeführt, was ihm ermöglicht, sich in einem immer wettbewerbsintensiveren Umfeld abzuheben. Darüber hinaus können die erworbenen Kenntnisse auch auf die Schaffung und das Management der persönlichen Marke von Führungskräften und Managern angewendet werden, was auf dem heutigen Arbeitsmarkt einen Wettbewerbsvorteil darstellt. Auf diese Weise sind Berufstätige besser darauf vorbereitet, die Herausforderungen der Unternehmensführung zu meistern und sich in ihrer Karriere auszuzeichnen.



“

Steigern Sie den Wert Ihres Unternehmens durch die optimale Entwicklung von Strategien zur Verbesserung Ihres Markenimages und des Images Ihrer Führungskräfte"

Sind Sie bereit, den Sprung zu wagen?

Es erwartet Sie eine hervorragende berufliche Weiterentwicklung.

Der Universitätsexperte in Strategisches Management der Persönlichen Marke der TECH ist ein intensives Programm, das auf die 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.

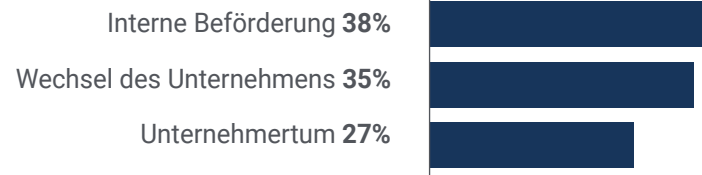
Mit diesem Universitätsexperten finden Sie, wonach Sie gesucht haben. Warten Sie nicht länger und entwickeln Sie sich weiter.

Ein Profi, der in der Lage ist, effektive und effiziente Lösungen zu liefern, wird garantiert beruflichen Erfolg haben, der sich in einer Gehaltserhöhung niederschlägt.

Zeitpunkt des Wandels

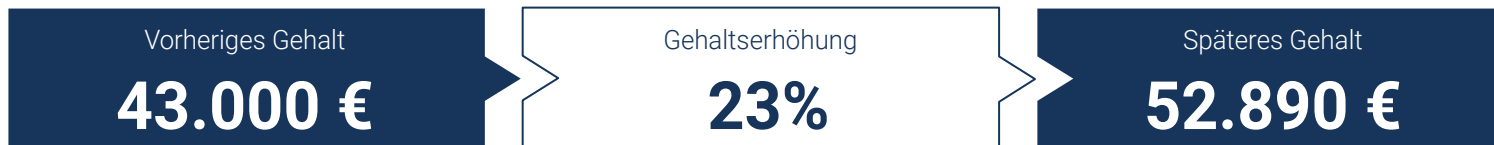


Art des Wandels



Gehaltsverbesserung

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



10

Vorteile für Ihr Unternehmen

Für Unternehmen ist es ein Wettbewerbsvorteil, über Fachkräfte zu verfügen, die in strategischem Management der persönlichen Marke qualifiziert sind, um ihr Image und ihren Ruf auf dem Markt zu entwickeln und zu festigen. Darüber hinaus können diese Spezialisten die Führungskräfte dabei unterstützen, ihre Präsenz in sozialen Netzwerken zu erhöhen und die Kommunikation mit den Kunden zu verbessern. Dies führt zu besseren Kundenbeziehungen, mehr Sichtbarkeit und Bekanntheit des Unternehmens und somit zu mehr Geschäftsmöglichkeiten.



“

Bieten Sie den Unternehmen neue Konzepte, Strategien und Perspektiven, die die Wahrnehmung der Kunden grundlegend verändern können. So führen Sie sie zum Erfolg"

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 Strategisches Management der Persönlichen Marke 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 Strategisches Management der Persönlichen Marke** 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 Strategisches Management der Persönlichen Marke**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **600 Std.**



*Haager Apostille. Für den Fall, dass der Student die Haager Apostille für sein Papierdiplom beantragt, wird TECH EDUCATION die notwendigen Vorkehrungen treffen, um diese gegen eine zusätzliche Gebühr zu beschaffen.

zukunft

gesundheit vertrauen menschen
erziehung information tutoren
garantie akkreditierung unterricht
institutionen technologie lernen
gemeinschaft verpflichtung
persönliche betreuung innovation
wissen gegenwart qualität
online-Ausbildung
entwicklung institut
virtuelles Klassenzimmer

tech technologische
universität

Tipo de Programa
Strategisches Management
der Persönlichen Marke

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

Universitätsexperte

Strategisches Management der Persönlichen Marke

