

Universitätskurs

Customer Centric Strategy & Predictive Marketing



Universitätskurs Customer Centric Strategy & Predictive Marketing

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Wochen
- » 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

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 26

07

Profil unserer Studenten

Seite 34

08

Kursleitung

Seite 38

09

Auswirkung auf Ihre Karriere

Seite 44

10

Vorteile für ihr Unternehmen

Seite 48

11

Qualifizierung

Seite 52

01 Willkommen

In diesem Universitätskurs werden die wichtigsten Aspekte erörtert, die den Kaufentscheidungsprozess von Luxusconsumenten bestimmen. Durch dieses Programm werden wesentliche Aspekte wie der Lebensstil und die Vorlieben dieser Art von Verbrauchern beobachtet, wobei der Schwerpunkt auf der Analyse des Luxusmarktes und der Bewertung der *Customer Journey* dieses Sektors liegt. Durch die Untersuchung desselben werden die Qualitäten des Luxusprodukts und die Forschung zur Vorhersage von Trends im Verbraucherverhalten erforscht.

Es werden auch die Instrumente vermittelt, um das Kaufverhalten der Luxusconsumenten zu bestimmen. Das Wissen um die Motive, Wünsche, Bedürfnisse oder Gründe, die den Verbraucher dazu bringen, ein Produkt oder eine Dienstleistung zu kaufen. Die Phasen des Kaufprozesses und die psychologischen und sozialen Aspekte, die das Verbraucherverhalten beeinflussen können, verstehen.



Universitätskurs in Customer Centric Strategy & Predictive Marketing
TECH Technologische Universität



“

Sie werden die Fähigkeit erwerben, eine Marketingstrategie zu entwickeln, um eine Modemarke mit einer effektiven Kampagne zu bewerben, die zum Konsum ihrer Produkte führt"

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

Ziel dieses Universitätskurses ist es, das Kaufverhalten der Luxusconsumenten zu ermitteln, um zu erfahren, welche Motive, Wünsche, Bedürfnisse oder Gründe den Verbraucher dazu bringen, ein Produkt oder eine Dienstleistung zu kaufen. Die Phasen des Kaufprozesses und die psychologischen und sozialen Aspekte, die das Verhalten des Verbrauchers beeinflussen können, zu kennen. Sie erhalten das nötige Rüstzeug, um die Rolle des Marketings in einem Unternehmen zu verstehen oder eine Markenstrategie zu entwerfen, die auf neue potenzielle Verbraucher ausgerichtet ist. Dabei lernen Sie das Erscheinungsbild, den Lebensstil und die neuesten Trends genau kennen, um sie an den potenziellen Verbraucher heranzuführen.



“

*Sie sind nur noch einen Schritt davon entfernt,
verbraucherorientierte Marketingstrategien in
der Post-Covid-19-Ära zu meistern“*

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

Der **Universitätskurs in Customer Centric Strategy & Predictive Marketing** befähigt den Studenten zu Folgendem:

01

Kenntnisse der westlichen und östlichen Kulturen für die richtige Entwicklung von Verbraucherprofilen und Marketingkampagnen auf internationaler Ebene

04

Kritisches Denken in Bezug auf Nachhaltigkeit und Innovation im Luxusmarketing erwerben

02

Entdeckung des dreifachen Ansatzes Marke-Strategie-Verbraucher

05

Die Fähigkeit ausbauen, das kommerzielle Szenario von Marken zu analysieren

03

Den Fortschritt neuer digitaler Marketing-Tools verstehen

06

Die Entscheidungsfindung im Zusammenhang mit Unternehmen und Geschäftsentwicklung verbessern

07

Strategische Fähigkeiten entwickeln, um sich an den neuen Arbeitsmarkt anzupassen

10

Die Identität der Marke auf die Gesellschaft als Ganzes projizieren

08

Ausarbeitung eines korrekten Marketingplans, der auf den Kunden, die Marke und die Marktbedürfnisse abgestimmt ist

11

Entwicklung berechenbarer, flexibler und nachhaltiger Marketingmodelle, die das Überleben und die Wirkung des Luxusprodukts garantieren

09

Planung von Marketingaktionen in Übereinstimmung mit der Luxusindustrie, um kurz- und langfristig profitable Lösungen zu bieten

12

Die Entwicklung der Öffentlichkeitsarbeit und die neuesten Markttrends kennenlernen, die überzeugende Komponente der PR für das Luxusmarketing verstehen und die Rolle der sozialen Medien in Kommunikationsstrategien

13

Das Kaufverhalten von Luxuskonsumenten zu erkennen, wissen, welche Motive, Wünsche, Bedürfnisse oder Gründe den Verbraucher dazu bringen, ein Produkt oder eine Dienstleistung zu kaufen

14

Die Phasen des Kaufprozesses und die psychologischen und sozialen Aspekte, die das Verbraucherverhalten beeinflussen können, verstehen

15

Die Zeichen des Wandels erkennen





16

Die Anzeichen des Wandels in eine Chance umwandeln, indem wir einen vorausschauenden Trendbericht erstellen, der das Risiko minimiert und die Ressourcen vor unseren Wettbewerbern optimiert

17

Erwerb der notwendigen Kenntnisse, um die internen psychologischen und externen soziologischen Faktoren zu verstehen, die die Entscheidungsfindung der Verbraucher beeinflussen

18

Verständnis dafür, wie die Marketingstrategie einer Marke aufgebaut ist, um Kampagnen effektiver zu machen, und wie dies in einer Übung der Wahrnehmung, Interpretation und visuellen Projektion mit der Identität des Empfängers der Botschaft zusammenhängt, die wir in Form eines Kleides, T-Shirts, Accessoires, Parfums, Autos, Dekoration oder *Luxury*-Services aussenden

05

Struktur und Inhalt

Das Programm dieses Universitätskurses in Customer Centric Strategy & Predictive Marketing wurde von den besten Experten des Sektors entwickelt, die ihr Wissen und ihre Erfahrung in einen vollständigen und aktuellen Studienplan einfließen ließen, der eine historische Grundlage hat, die bis in die Gegenwart reicht. Es berücksichtigt die neuesten Entwicklungen in der Branche, wie z.B. die Tatsache, dass die Marken ihr plurales und globales Publikum berücksichtigen. Das 100%ige Online-Format ermöglicht es den Studenten, den Kurs zu dem Zeitpunkt und an dem Ort zu absolvieren, der ihrer Verfügbarkeit, ihrem Zeitplan und ihren Interessen am besten entspricht. In nur 6 Wochen erhalten sie einen hochwertigen und branchenspezifischen Hochschulabschluss.



“

Luxus als Generator von Kultur oder die mit Luxus verbundene Kunst sind zwei Themen, die Sie im Rahmen dieses Universitätskurses eingehend studieren werden“

Lehrplan

Der *Universitätskurs in Customer Centric Strategy & Predictive Marketing* der TECH Technologischen Universität ist ein intensives Programm, das Sie darauf vorbereitet, das Panorama der Modeindustrie mit Hilfe der neuen Techniken des Predictive Marketing zu beherrschen. Der Inhalt des Programms ist darauf ausgerichtet, die Entwicklung der für diese Tätigkeit erforderlichen Fähigkeiten zu fördern.

Der Universitätskurs befasst sich u.a. eingehend mit dem Einfluss der Bildsprache auf die Umsatzprognose von Modemarken, aktuellen Trends und dem Profil neuer Verbraucher. Qualitativ hochwertige Inhalte, die von den besten Experten des Sektors in diesem Studienplan entwickelt wurden, mit dem sich Fachleute aus einer strategischen, internationalen und innovativen Perspektive entwickeln können, mit dem

Ziel, Studenten in die Lage zu versetzen, in einem so wettbewerbsintensiven Bereich wie Mode und Luxus Spitzenleistungen zu erzielen.

Dieser Universitätskurs erstreckt sich über 6 Wochen und behandelt das folgende Thema:

Modul 1.

Customer Centric Strategy & Predictive Marketing



Wo, wann und wie wird unterrichtet?

TECH bietet die Möglichkeit, dieses Programm vollständig online zu entwickeln. Während der 6-wöchigen 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. Customer Centric Strategy & Predictive Marketing

1.1. Fashion Engagement

- 1.1.1. Der Lebensstil des Luxuskunden
- 1.1.2. Individuelle Identität und Projektion auf die Marke
- 1.1.3. Der Einfluss der visuellen Sprache

1.2. Engagement für Luxuskunden

- 1.2.1. Der Lebensstil des Luxuskunden: Werte und Prioritäten
- 1.2.2. Die Dynamik des Konsums im Luxusuniversum
- 1.2.3. Entdeckung des "retail" und des "e-tail" im Luxus-Einzelhandel

1.3. Trends bei Millennials und Z: Prosumenten

- 1.3.1. Neue Kaufpräferenzen
- 1.3.2. Partizipation und der Prosumer
- 1.3.3. Kaufgewohnheiten in der Luxusindustrie

1.4. Die neue Customer Journey von Mode und Luxus

- 1.4.1. Entscheidungsfindung beim Kauf von Luxusgütern
- 1.4.2. Informationsbeschaffung und die Kaufentscheidung
- 1.4.3. Produktbewertung und Kundendienst

1.5. Neue Vorlieben der Luxuskunden

- 1.5.1. Das Tempo der Modetrends
- 1.5.2. Verbrauchergewohnheiten im neuen Szenario
- 1.5.3. Wer hat in der Luxusbranche das Sagen?

1.6. Aktuelles Trendverhalten der Modekonsumenten

- 1.6.1. Neuheit, Trend und *Hype*
- 1.6.2. Makro-Trends und Mikro-Trends
- 1.6.3. Der Diffusionszyklus und die Theorie der Designinnovation

1.7. Big Data & Predictive Marketing

- 1.7.1. Zwischen Kunst und Wissenschaft
- 1.7.2. Die wissenschaftliche Interpretation sozialer Fakten
- 1.7.3. Prädiktives Marketing

1.8. Erlebnisorientiertes Marketing in der Parfümindustrie

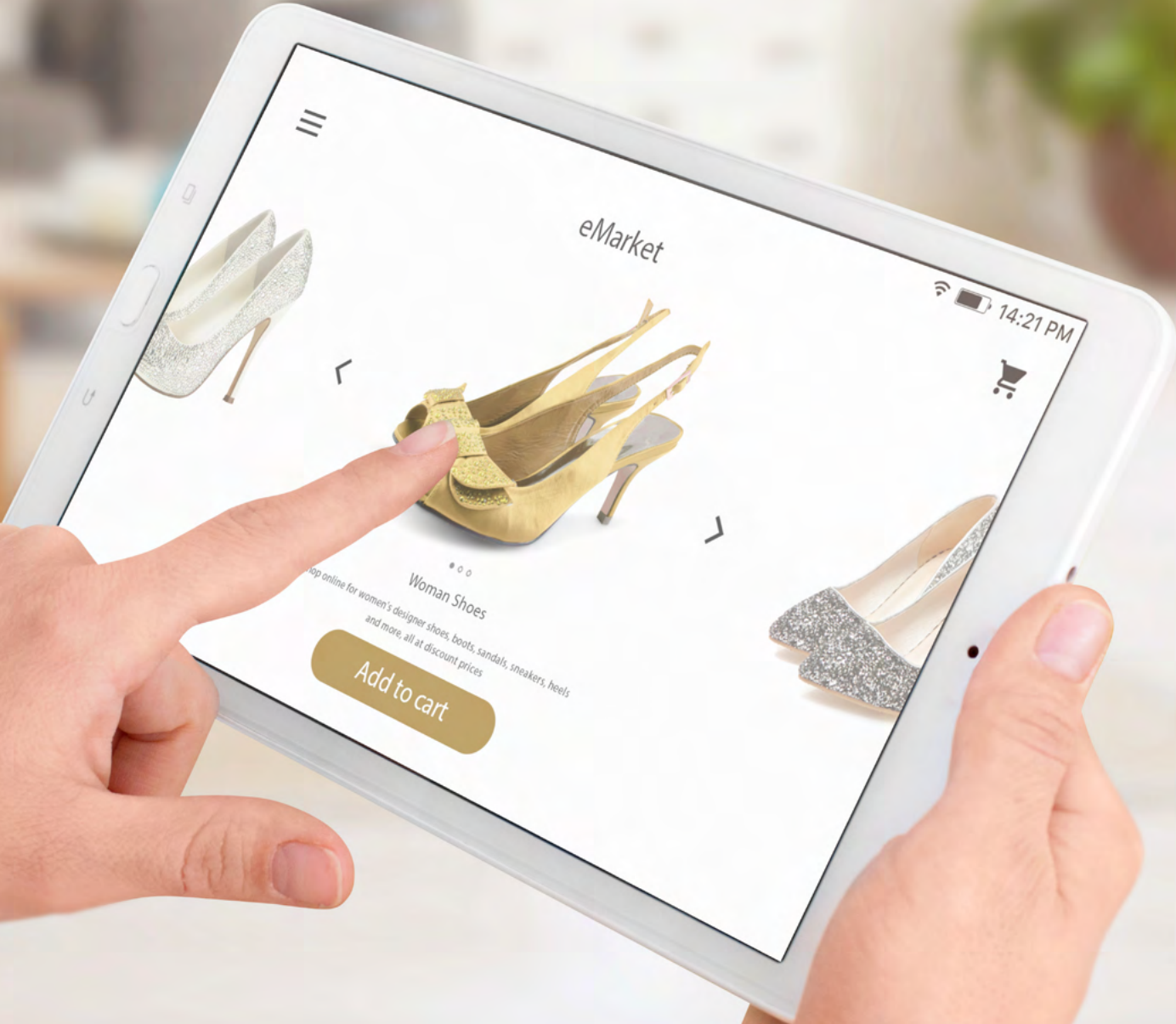
- 1.8.1. Schönheit als Tor zum Luxus
- 1.8.2. Das multisensorische Erlebnis
- 1.8.3. Öko-Kosmetika und Nischenmarken

1.9. Die Dynamik des Concept Store: Branding jenseits des Produkts

- 1.9.1. Marketing durch immaterielle Werte
- 1.9.2. Kunst, Kultur und Design in einem physischen Raum
- 1.9.3. Das digitale Format der Benutzererfahrung

1.10. Post Covid-19 Mode- und Luxusverbraucher-trends

- 1.10.1. Unumkehrbare Veränderungen nach der Pandemie
- 1.10.2. Einkaufen für die Zukunft
- 1.10.3. Die Integration von Technologie und Nachhaltigkeit in den Köpfen der neuen Verbraucher



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.



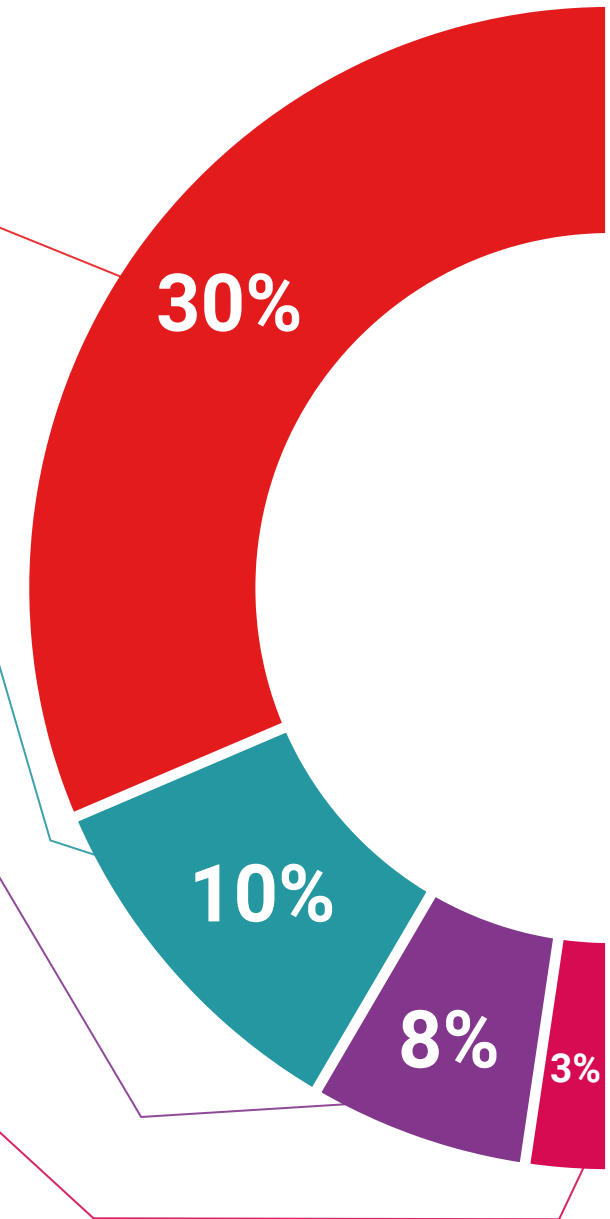
Praxis der Managementfähigkeiten

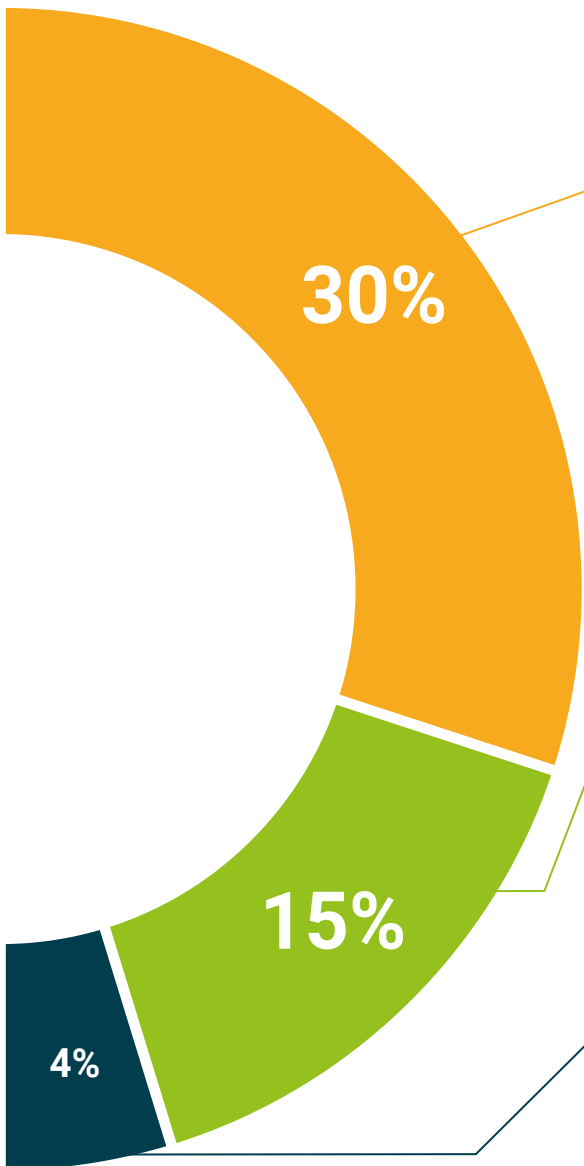
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Managementfähigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Praktiken und Dynamiken zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein leitender Angestellter im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



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 Universitätskurs richtet sich an Fachleute und Studenten verschiedener akademischer Disziplinen, die sich mit dem neuen Szenario, das sich in der Welt des Luxus ergibt, auseinandersetzen möchten. Daher gibt es kein einheitliches Profil, denn die Studentenschaft ist vielfältig und kommt aus verschiedenen Bereichen mit einem gemeinsamen Interesse: Marketing, Mode und Luxus.

Diese Vielfalt an Teilnehmern mit unterschiedlichen akademischen Profilen und aus mehreren Ländern macht den multidisziplinären Ansatz dieses Programms aus. Die Entwicklung eines fundierten Wissens über das Marketing in der Luxusindustrie wird sie in die Lage versetzen, ein Gleichgewicht zwischen kreativen und analytischen Talenten zu finden und wirtschaftlichen und sozialen Veränderungen mit Agilität zu begegnen.





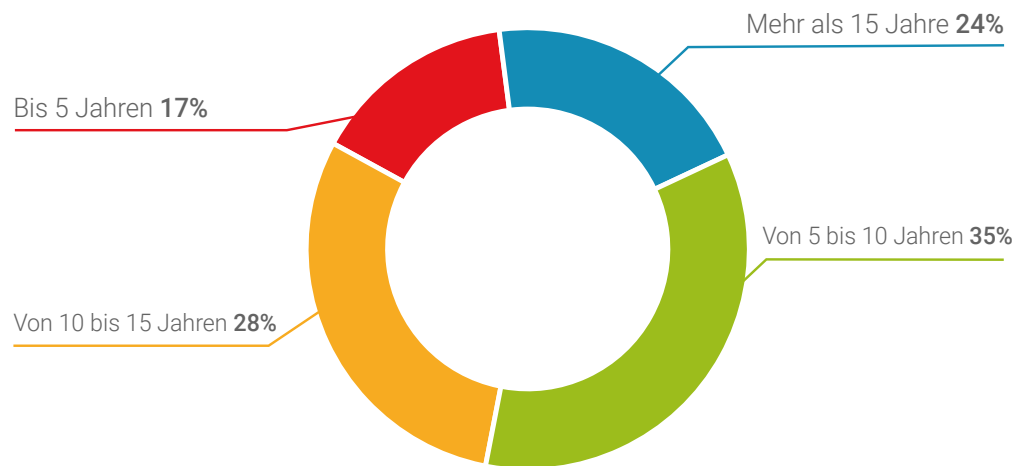
“

Sie werden die Dynamik des Concept Stores beherrschen: Branding außerhalb des Produkts und Sie werden die Möglichkeiten des Marketings durch immaterielle Werte kennenlernen"

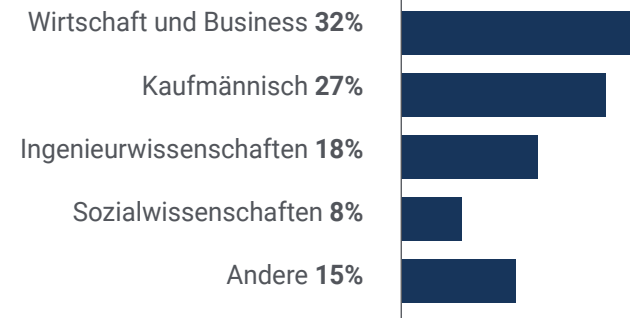
Durchschnittliches Alter

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

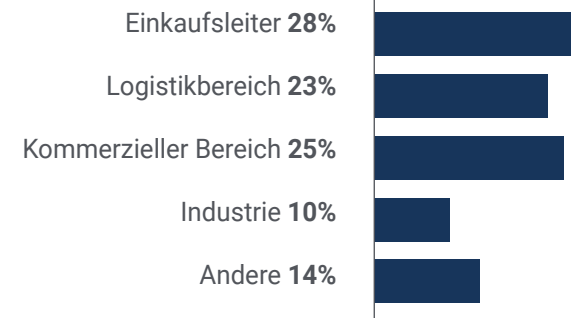
Jahre der Erfahrung



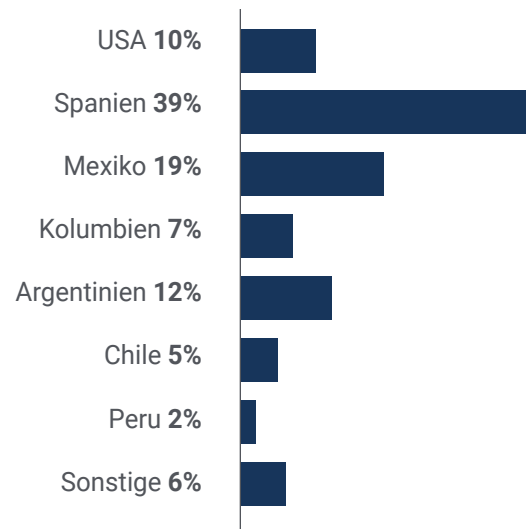
Ausbildung



Akademisches Profil



Geografische Verteilung



Guillermo Alonso Pazos

Unternehmer und Co-Direktor eines Concept Stores für Modeaccessoires

"Ich habe vor kurzem zusammen mit einem Team von Designern von Herrenmode-Accessoires einen Concept Store eröffnet und mir fehlte das Wissen, um eine Strategie zu entwickeln, die unser Ziel definiert und unser potenzielles Publikum anspricht. Deshalb habe ich nicht lange gezögert, als ich diesen Universitätskurs sah, und mich eingeschrieben. Ich habe mehr gelernt, als ich erwartet hatte, er hat meine Erwartungen voll erfüllt! Ich kann ihn nur empfehlen"

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.



“

Experten aus verschiedenen Bereichen des Luxusmarketings haben dieses einzigartige Programm mit hochwertigen Inhalten für Sie zusammengestellt“

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. Rodríguez Flomenboim, Florencia

- ◆ Kreative Inszenierung verschiedener Theaterstücke mit Schwerpunkt auf der Symbolik des Bildes
Sie wurde auch von Designern und Marken zur Zusammenarbeit mit deren Abteilungen für Creative Direction und Rebranding herangezogen
- ◆ Spezialisiert auf künstlerische Kreation und Modetrendanalyse
- ◆ Hochschulabschluss in Darstellenden Künsten von der ESAD in Murcia
- ◆ Diplom in Internationalen Beziehungen für Marketing von ITC Sraffa in Mailand
- ◆ Masterstudiengang in Modeproduktion, Redaktion und Modedesign an der American Modern School of Design in Buenos Aires (Argentinien)
- ◆ Sie verfügt über ein breites Spektrum an Berufserfahrung, das von der Imageberatung, dem Management von *Showrooms* und der Implementierung von *Concept Stores* bis hin zum *Coolhunting* reicht, und hat als Modeproduzentin und Redakteurin in verschiedenen Redaktionen, Agenturen und Firmen gearbeitet

09

Auswirkung auf Ihre Karriere

TECH ist sich bewusst, dass die Teilnahme an einem Programm mit diesen Merkmalen eine große wirtschaftliche, berufliche und natürlich auch persönliche Investition darstellt. Das ultimative Ziel dieses großen Unterfangens muss es sein, beruflich zu wachsen, und dafür ist jetzt, mehr denn je der richtige Zeitpunkt.



“

Erweitern Sie Ihr Wissen im Bereich Marketing mit diesem Universitätskurs, der die Strategie auf den Kunden und seine Bedürfnisse ausrichtet“

Wenn Sie eine positive Veränderung in Ihrer Karriere anstreben, wird Ihnen der Universitätskurs in Customer Centric Strategy & Predictive Marketing dabei helfen.

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

Der TECH-Universitätskurs in Customer Centric Strategy & Predictive Marketing ist ein intensives Programm, das Sie darauf vorbereitet, sich Herausforderungen zu stellen und überzeugende kreative und strategische Entscheidungen zu treffen, um Ihre Ziele zu erreichen. Ihnen zum Erfolg zu verhelfen ist nicht nur Ihr Ziel, sondern auch das Ziel von TECH: Elitebildung für alle.

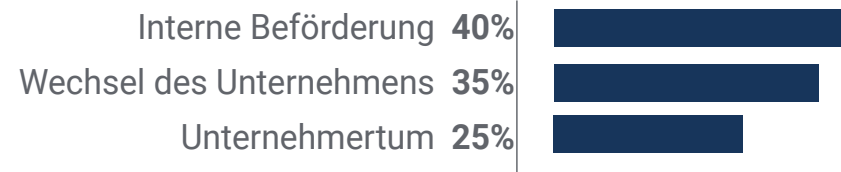
Wenn Sie über sich hinauswachsen, sich beruflich verändern und sich mit den Besten vernetzen möchten, ist dieses Programm genau das Richtige für Sie.

Lassen Sie sich die Chance, die TECH Ihnen bietet, nicht entgehen und nehmen Sie an diesem Programm mit Zukunftsperspektive teil.

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 Universitätskurs in *Customer Centric Strategy & Predictive Marketing* trägt dazu bei, die Fähigkeiten potenzieller Mitarbeiter zu erhöhen, eine Einschätzung, die Unternehmen berücksichtigen müssen, um ein Team auf höchstem Niveau zu besitzen. Je besser die Fachleute ausgebildet sind, desto wahrscheinlicher ist es, dass sie erfolgreich sind und desto motivierter sind sie als Gruppe. Außerdem werden dadurch die Erreichung von Zielen und die Vorbereitung von Fachleuten vorangetrieben, die die Werkzeuge der Zukunft schaffen werden, wie es die neuen Generationen durch die Beherrschung der sozialen Netzwerke tun. All dies trägt zur beruflichen Entwicklung der Mitarbeiter von Unternehmen bei, die sich wie TECH zu Spitzenleistungen verpflichtet haben. Daher ist dieses Programm eine einzigartige Gelegenheit für Unternehmen, die Besten in ihrem Team zu haben und so exzellente Führungskräfte zu generieren.





“

Stellen Sie sicher, dass Ihr Unternehmen über die besten kundenorientierten Strategen verfügt und erstellen Sie erfolgreiche vorausschauende Marketingpläne“

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

Den Mitarbeitern die Fähigkeiten zu vermitteln, neue Herausforderungen anzunehmen und so das Unternehmen voranzubringen

11

Qualifizierung

Der Universitätskurs in Customer Centric Strategy & Predictive Marketing 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 **Universitätskurs in Customer Centric Strategy & Predictive Marketing** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

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

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

Titel: **Universitätskurs in Customer Centric Strategy & Predictive Marketing**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **150 Std.**



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



Universitätskurs

Customer Centric Strategy & Predictive Marketing

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

Universitätskurs

Customer Centric Strategy & Predictive Marketing

