

Universitätskurs

Marktforschung im Zusammenspiel mit Neuromarketing





Universitätskurs Marktforschung im Zusammenspiel mit Neuromarketing

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Wochen
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online
- » Gerichtet an: Hochschulabsolventen, die zuvor einen der Studiengänge in den Bereichen Sozial-, Verwaltungs- oder Wirtschaftswissenschaften abgeschlossen haben.

Internetzugang: www.techtitute.com/de/wirtschaftsschule/universitatskurs/marktforschung-zusammenspiel-neuromarketing

Index

01

Willkommen

Seite 4

02

Warum an der TECH studieren?

Seite 6

03

Warum unser Programm?

Seite 10

04

Ziele

Seite 14

05

Struktur und Inhalt

Seite 18

06

Methodik

Seite 24

07

Profil unserer Studenten

Seite 32

08

Kursleitung

Seite 36

09

Auswirkung auf Ihre Karriere

Seite 40

10

Vorteile für Ihr Unternehmen

Seite 44

11

Qualifizierung

Seite 48

01

Willkommen

Der Übergang vom *Market Research* zur *Business Intelligence* hat die Marktstrategien definiert, die heute weltweit angewandt werden, um das Verbraucherverhalten zu beeinflussen. Diese Entwicklung hat dazu geführt, dass neue Forschungstechniken eingeführt wurden, die die Neurowissenschaften und ihre spezifischen Instrumente wie *Facial Coding* und *Eye Tracker* mit herkömmlichen Umfragen, Interviews und *Focus Groups* verbinden. Durch die Beherrschung dieser Strategien können Fachleute ihre Führungsposition in den Sektoren, die dem Handel und dem Verkauf von Waren und Dienstleistungen gewidmet sind, konsolidieren. Aus diesem Grund hat TECH diese 100%ige Online-Qualifizierung entwickelt, die es ihnen ermöglicht, sich in nur 6 Wochen auf die neuesten Trends in diesem Bereich zu spezialisieren und dabei innovative Lehrmethoden wie *Relearning* anzuwenden.



Universitätskurs in Marktforschung im Zusammenspiel mit Neuromarketing
TECH Technologische Universität



Entdecken Sie spezifische Neuromarketing-Tools wie Facial Coding und Eye Tracker und spezialisieren Sie sich auf deren Anwendung zur Entwicklung von Marktforschungsprojekten"

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 zum geschäftlichen Erfolg zu verhelfen"

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 Universitätskurs zielt darauf ab, ein umfassendes und aktuelles Verständnis der in der Marktforschung verwendeten Techniken und Instrumente und deren Kombination mit Neuromarketing zu vermitteln. Während des gesamten Programms werden die Fachleute die Beiträge der Neurowissenschaften zu diesem Rahmen, *Business Intelligence* und anderen analysieren.



“

Durch den Zugang zu exklusiven Multimedia-Ressourcen ermöglicht Ihnen dieser Studiengang, Ihre praktischen Führungsqualitäten bei der Entwicklung von Marktanalyse- und Evaluierungsprojekten zu verbessern"

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

Der Universitätskurs in Marktforschung im Zusammenspiel mit Neuromarketing wird den Studenten zu Folgendem befähigen:

01

Verstehen der Entwicklung der Marktforschung und der Rolle des Neuromarketings in der aktuellen Landschaft

04

Kennen der Techniken und Instrumente der Marktforschung in Kombination mit Neuromarketing

02

Analysieren des Beitrags der Neurowissenschaften zur Marktforschung

03

Erkunden der Rolle des Neuromarketings bei *Business Intelligence*

05

Erwerben von Kenntnissen über Forschungstechniken und ihre Kombination mit Neuromarketing in der heutigen Zeit



06

Entdecken spezifischer Neuromarketing-Tools wie *Facial Coding*, *Eye Tracker*, *Skin Conductance* und Elektroenzephalogramm

08

Bewerten der Nützlichkeit von erfahrungsbasierten neuro-qualitativen Methoden in der Marketingforschung

09

Anwenden von Instrumenten aus der erfahrungsbasierten neuro-qualitativen Forschung

07

Entwerfen von Forschungsarbeiten im Neuromarketing

10

Ausführen eines Plans mit erfahrungsbasierten neuro-qualitativen Methoden



05

Struktur und Inhalt

Dieser Universitätskurs in Marketingforschung im Zusammenspiel mit Neuromarketing ist ein 100%iges Online-Programm, das 150 akademische Unterrichtsstunden umfasst. Es bietet Fachleuten eine einzigartige Lernerfahrung, die ihren beruflichen Erfolg durch die aktuellsten Inhalte maximieren wird. Ein Vorschlag, den die TECH Technologische Universität anbietet, um ihre Führungsfähigkeiten zu erweitern und ihre Karrieren in Richtung Management zu fördern.



“

Dieses 100%ige Online-Programm garantiert Ihnen große Flexibilität, damit Sie in Ihrem eigenen Tempo studieren und das Programm an Ihre Bedürfnisse und Interessen anpassen können"

Lehrplan

Dieses Programm bietet einen umfassenden und aktuellen Überblick über die in der Marktforschung verwendeten Techniken und Instrumente und deren Kombination mit Neuromarketing. Fachleute werden mit besonderem Nachdruck auf die Beiträge der Neurowissenschaften zur Marktforschung eingehen.

Darüber hinaus umfasst der Studiengang einen Abschnitt über *Business Intelligence* und deren Anwendungen. Auf diese Weise werden die Studenten in den Wandel des *Market Research* und die Rolle des Neuromarketing in diesem Prozess eingeführt.

Das Programm behandelt auch spezifische Forschungstechniken und Kombinationen mit anderen Strategien wie Umfragen, Interviews und *Focus Groups*. Außerdem wird die Funktionsweise spezifischer und innovativer Neuromarketing-Tools analysiert, wie z. B. *Facial Coding*, *Eye Tracker*, *Skin Conductance* und Elektroenzephalogramm.

Dieses Programm richtet sich an ehrgeizige Fachleute, die ihre Karriere vorantreiben und auf dem Gebiet der Marktforschung und des Neuromarketings führend sein wollen. Nach Abschluss des Programms verfügen sie über die fortschrittlichsten Kenntnisse und praktischen Fähigkeiten, um ihre Karriere voranzutreiben und Führungsaufgaben in Unternehmen zu übernehmen.

Dieser Universitätskurs erstreckt sich über 6 Wochen und besteht aus einem Modul:

Modul 1

Grundlagen und Instrumente der Marktforschung im Zusammenspiel mit Neuromarketing



Wo, wann und wie wird unterrichtet?

TECH bietet die Möglichkeit, diesen Universitätskurs in Marktforschung im Zusammenspiel mit Neuromarketing vollständig online zu absolvieren. Während der 6 Wochen der Spezialisierung wird der Student in der Lage sein, jederzeit auf alle Inhalte dieses Programms zuzugreifen, was es 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. Grundlagen und Instrumente der Marktforschung im Zusammenspiel mit Neuromarketing

1.1. Weg der Marktforschung und die Rolle des Neuromarketings

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

1.2. Business Intelligence angewandt auf Marktforschung und Neuromarketing

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

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

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

1.4. Neuromarketing-Tools. Anwendung in der Marktforschung

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

1.5. Forschungsdesign im Neuromarketing

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

1.6. Neuroqualitative Erfahrungen und ihre Anwendung auf die Marktforschung

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

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

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

1.8. Neuromarketing und digitale Kommunikation

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

1.9. Ethik im Neuromarketing

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

1.10. Erfolgsgeschichten in Marktforschungsprojekten mit Neuromarketing

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



“

Lassen Sie sich diese Gelegenheit nicht entgehen, schreiben Sie sich für diesen Universitätskurs ein und unterstützen Sie Ihr Lernen mit innovativen didaktischen Methoden wie Relearning"

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.

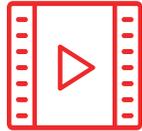
Das Relearning ermöglicht es Ihnen, mit weniger Aufwand und mehr Leistung zu lernen, sich mehr auf Ihre Spezialisierung einzulassen, einen kritischen Geist zu entwickeln, Argumente zu verteidigen und Meinungen zu kontrastieren: eine direkte Gleichung zum Erfolg.

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.



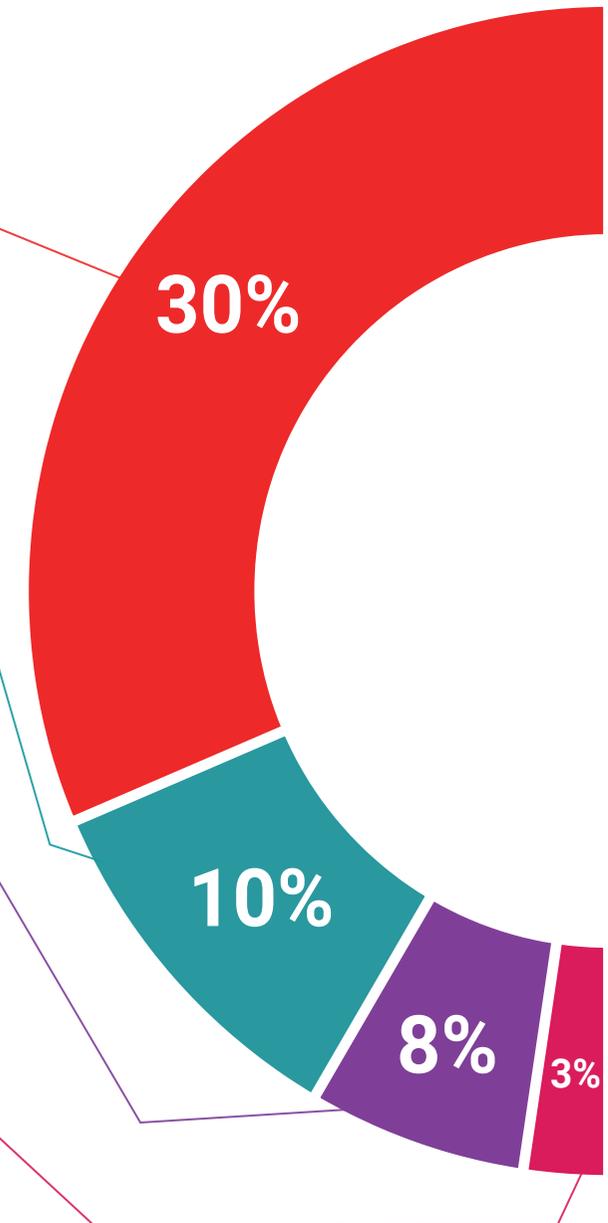
Übungen zu Managementfähigkeiten

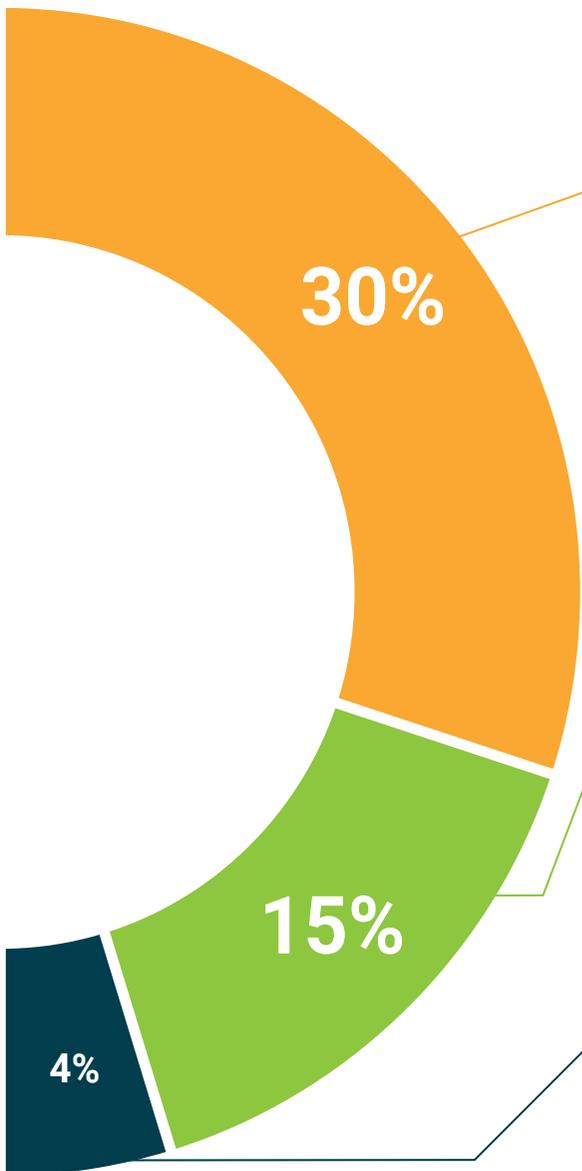
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Managementfähigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Übungen und Aktivitäten zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein leitender Angestellter im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



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 Universitätskurs richtet sich an Hochschulabsolventen, die zuvor einen der Abschlüsse im Bereich der Sozial- und Rechtswissenschaften, der Verwaltung oder der Wirtschaft erworben haben.

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

Fachleute mit einem Hochschulabschluss in einem beliebigen Bereich und zwei Jahren Berufserfahrung auf dem Gebiet der Marktforschung im Zusammenspiel mit Neuromarketing können den Universitätskurs ebenfalls absolvieren.





“

Wenn Sie über Erfahrungen in der Marktforschung im Zusammenspiel mit Neuromarketing verfügen und eine interessante Weiterentwicklung Ihrer Karriere suchen, während Sie weiter arbeiten, ist dieses Programm das Richtige für Sie"

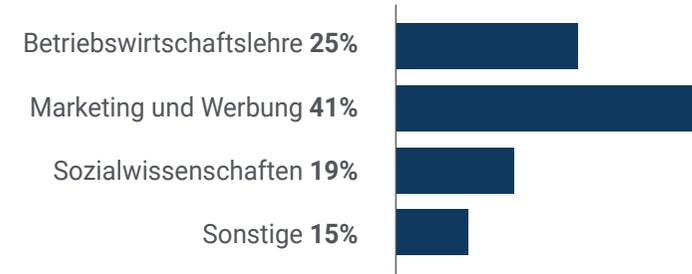
Durchschnittliches Alter

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

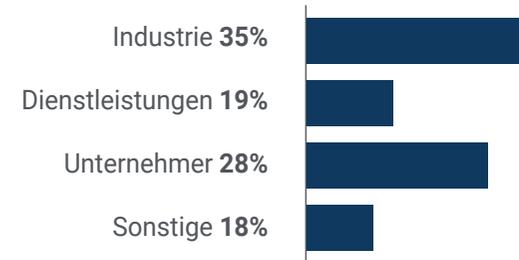
Jahre der Erfahrung



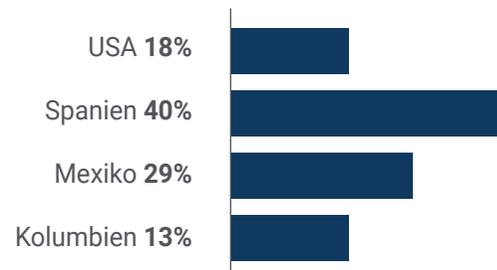
Ausbildung



Akademisches Profil



Geografische Verteilung



Abel Sandro Rodríguez

Manager für Marketing und Neuromarketing

"Ich habe mich für diesen Universitätskurs entschieden, weil ich dank der 100%igen Online-Methode mein Studium mit meinen beruflichen Verpflichtungen verbinden konnte. Nachdem ich mich für das Programm eingeschrieben hatte, hatte ich die Möglichkeit, mich mit erfahrenen Experten auszutauschen und so meine eigene berufliche Laufbahn zu bereichern. Außerdem habe ich durch diese Qualifikation fortgeschrittene Kenntnisse erlangt, die ich jetzt in meiner täglichen Arbeit anwende und mit denen ich die Leistung und die Ergebnisse meines Unternehmens verbessern konnte"

08

Kursleitung

Der Lehrkörper von TECH zeichnet sich durch seine umfassende Erfahrung auf dem Geschäfts- und Bildungsmarkt sowie durch sein Engagement für akademische Exzellenz und Innovation aus. Das Dozententeam besteht aus hochspezialisierten Fachleuten, die Methoden anwenden, um die Beherrschung der verschiedenen Marktforschungsinstrumente zu erleichtern. Darüber hinaus sind diese Lehrkräfte beruflich sehr aktiv, was es ihnen ermöglicht, sich über die neuesten Trends und Technologien in ihren Fachgebieten auf dem Laufenden zu halten.



“

TECH bietet Ihnen einen Lehrkörper von internationalem Ruf, der die Anwendungen der Neurowissenschaften in der Marketingforschung beherrscht"

Leitung



Hr. Carrascosa Mendoza, Gabriel

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

Professor

Hr. Holgado Mollà, Jesús

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



09

Auswirkung auf Ihre Karriere

Nach Abschluss des Universitätskurses werden die Fachleute über die innovativsten und aktuellsten Fähigkeiten im Bereich der Marktforschung verfügen. Infolgedessen werden sie in der Lage sein, strategische Projekte in ihrer Organisation zu leiten.

Dies ist ein großer Wettbewerbsvorteil auf dem Gebiet der Marktforschung im Zusammenspiel mit Neuromarketing. Dieser Abschluss bietet ihnen somit eine einmalige Gelegenheit, ihre berufliche Entwicklung voranzutreiben.



“

Bewerten Sie die Nützlichkeit von erfahrungsbasierten neuro-qualitativen Methoden in der Marktforschung durch dieses Programm von TECH und werden Sie ein Spitzenmanager in diesem Sektor"

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

Der Universitätskurs in Marktforschung im Zusammenspiel mit Neuromarketing von TECH ist ein intensives Programm, das Sie auf die Herausforderungen und Geschäftsentscheidungen in diesem Bereich 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.

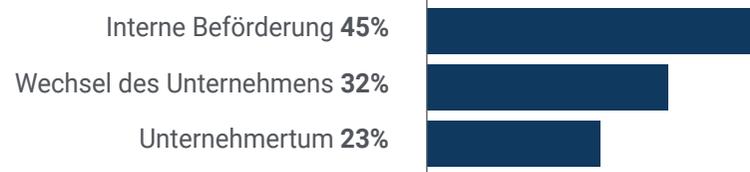
Entwerfen Sie effektive und ethische Marktforschungsprojekte, die Ihrem Unternehmen zum Erfolg verhelfen.

Die TECH Technologische Universität wird Ihre berufliche Zukunft mit einem Programm fördern, das einen hohen Return on Investment bietet und mit dem Sie hohe Kapazitäten für die Unternehmensführung erreichen werden.

Zeitpunkt des Wandels



Art des Wandels



Gehaltsverbesserung

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



10

Vorteile für Ihr Unternehmen

Fachleute, die mit fortgeschrittenen Kompetenzen in den Bereichen Marketingforschung und Neuromarketing ausgestattet sind, werden in der Lage sein, die Entscheidungsfindung und die Unternehmensleistung zu verbessern. Darüber hinaus werden diese Studenten darauf vorbereitet, Teams und Projekte zu leiten, was für die Effektivität und Effizienz von Unternehmen, die sich dem Verkauf von Waren und Dienstleistungen widmen, von großem Nutzen sein kann.





“

*Schreiben Sie sich jetzt ein und erhalten Sie eine
aktuelle und umfassende Fortbildung in den
innovativsten Fertigkeiten der Marketingforschung"*

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 Universitätskurs in Marktforschung im Zusammenspiel mit Neuromarketing garantiert neben der präzise- sten und aktuellsten Fortbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologischen Universität aus- gestellten Diplom.



“

*Schließen Sie dieses Programm erfolgreich ab
und erhalten Sie Ihren Universitätsabschluss
ohne lästige Reisen oder Formalitäten"*

Dieser **Universitätskurs in Marktforschung im Zusammenspiel mit Neuromarketing** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

Sobald der Student die Prüfungen bestanden hat, erhält er/sie per Post* mit Empfangsbestätigung das entsprechende Diplom, ausgestellt von der **TECH 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: **Universitätskurs in Marktforschung im Zusammenspiel mit Neuromarketing**

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 zusätzliche Gebühr zu beschaffen.



Universitätskurs

Marktforschung im Zusammenspiel mit Neuromarketing

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

Universitätskurs

Marktforschung im Zusammenspiel
mit Neuromarketing