

Universitätskurs

Sensorisches Marketing

Universitätskurs Sensorisches Marketing

- » 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- oder Rechtswissenschaften, Verwaltung oder Business Administration abgeschlossen haben.

Internetzugang: www.techtitude.com/de/wirtschaftsschule/universitatskurs/sensorisches-marketing

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

Aktuelle Marketingtrends drängen Unternehmen dazu, multisensorische Erlebnisse zu schaffen, um positive Emotionen und Gefühle bei den Kunden zu wecken. Studien zeigen, dass Unternehmen durch den Einsatz dieser Techniken die Kundenbindung und den Absatz ihrer Produkte und Dienstleistungen steigern können. Gleichzeitig sind Fachleute, die diese fortschrittlichen Techniken beherrschen, ein wichtiger Gewinn für die Rentabilität von Unternehmen. In diesem Zusammenhang bietet TECH ein 100%iges Online-Programm an, in dem die Studenten in der Lage sein werden, diese Strategien zu analysieren und sich mit den komplexesten Werkzeugen für ihre Anwendung vertraut zu machen. Zu diesem Zweck verfügt der Studiengang über eine interaktive Plattform, multimediales Material wie Videos und Infografiken und eine innovative Lehrmethode: das *Relearning*.



Universitätskurs in Sensorisches Marketing.
TECH Technologische Universität

“

Wenn Sie auf der Suche nach einem Programm sind, das mit Ihrem Terminkalender und Ihren persönlichen Verpflichtungen vereinbar ist, bietet Ihnen dieser Universitätskurs einen vollständigen Lehrplan in einem 100%igen Online-Format, der Sie sofort auf dem Gebiet des sensorischen Marketings spezialisiert"

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

Dieses Programm zielt darauf ab, Fachleuten die Grundlagen für die Beherrschung der Verbindung zwischen den Sinnen der Verbraucher und dem Einkaufserlebnis zu vermitteln. Durch innovative Lehrmethoden werden die Studenten fortgeschrittene Fähigkeiten im Neuromarketing entwickeln und in der Lage sein, einzigartige multisensorische Erlebnisse zu schaffen, die die Kundenbindung fördern.



“

Analysieren Sie anhand dieses umfassenden Lehrplans, wie Emotionen das Verbraucherverhalten im Kaufprozess beeinflussen"

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

Der **Universitätskurs in Sensorisches Marketing** befähigt den Studenten zu Folgendem:

01

Verstehen der wichtigsten Elemente und Konzepte des Neuromarketings und seiner Anwendung bei der Untersuchung des Verbraucherverhaltens

04

Erforschen der Bedeutung von Aufmerksamkeit und Bewusstsein im Verbraucherverhalten und ihrer Beziehung zum Einkaufserlebnis

02

Untersuchen der emotionalen und rationalen Prozesse, die beim Kaufentscheidungsprozess des Verbrauchers eine Rolle spielen

03

Untersuchen des Einflusses der Sinne auf den Kaufentscheidungsprozess des Verbrauchers

05

Erkunden der Beziehung zwischen den Sinnen und den Emotionen im Kaufverhalten der Verbraucher



06

Verstehen persuasiver Kommunikationstechniken und ihrer Beziehung zu den Sinnen des Verbrauchers

08

Bewerten des Einflusses von sensorischem Marketing auf das Einkaufserlebnis der Verbraucher

09

Studieren des Einflusses von Gerüchen, Geschmäckern, Texturen, Farben und Klängen auf das Verbraucherverhalten und deren Anwendung im sensorischen Marketing

07

Erforschn der Bedeutung der Synästhesie im sensorischen Marketing und ihrer praktischen Anwendung im Branding

10

Anwenden der erworbenen Kenntnisse bei der Kreation einer sensorischen Marke und Bewertung der erzielten Ergebnisse



05

Struktur und Inhalt

Dieser Universitätskurs in Sensorisches Marketing wurde mit Blick auf die Interessen und Prioritäten von Fachleuten entwickelt, die daran interessiert sind, Teams zu leiten und Führungsaufgaben im Bereich des Marketings zu übernehmen. Das Programm ist zu 100% online und die Studenten haben 6 Wochen vor sich, in denen sie sich intensiv mit allen Besonderheiten dieses Erfahrungsfeldes auseinandersetzen werden.



“

Was Sie studieren, ist sehr wichtig. Die Fähigkeiten und Kompetenzen, die Sie erwerben, sind der Schlüssel. Sie werden keinen vollständigeren Lehrplan als diesen finden, glauben Sie uns..."

Lehrplan

Der Universitätskurs in Sensorisches Marketing vermittelt den Studenten ein umfassendes Verständnis dafür, wie die Sinne das Verbraucherverhalten beeinflussen. Ziel ist es, Techniken aus dieser Disziplin anzuwenden, um positive multisensorische Erfahrungen zu erzeugen und die Kundenbindung zu fördern.

Der Lehrplan umfasst eine Einführung in das Neuromarketing und seine Anwendung auf die Untersuchung des Verbraucherverhaltens. Außerdem wird untersucht, wie die Wahrnehmung der Umwelt den Kaufentscheidungsprozess beeinflusst und welche Rolle Emotionen im Kundenverhalten spielen.

Darüber hinaus wird das sensorische System und seine Beziehung zu den Kauf- und Konsumprozessen eingehend analysiert. Dazu gehören persuasive Kommunikation, Synästhesie und die Vermarktung von Tastsinn, Sehsinn, Geruch und Geschmack.

Dieser Universitätskurs ist auch ideal für Berufstätige, die fortgeschrittene Marketing- und Managementfähigkeiten erwerben möchten. Darüber hinaus handelt es sich um ein sich ständig weiterentwickelndes und expandierendes Gebiet, so dass die Studenten auf die aktuellen und zukünftigen Herausforderungen des Marktes vorbereitet sind.

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

Modul 1

Sensorisches Marketing: Die Anbindung an die Sinne des Konsumenten im Neuromarketing



Wo, wann und wie wird unterrichtet?

TECH bietet die Möglichkeit, diesen Universitätskurs in Sensorisches Marketing vollkommen 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 Studienzeit selbst zu verwalten.

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

Modul 1. Sensorisches Marketing: Die Anbindung an die Sinne des Konsumenten im Neuromarketing

1.1. Das Einkaufserlebnis durch Neuromarketing

- 1.1.1. Menschenzentriertes Neuromarketing
- 1.1.2. Das Einkaufserlebnis aus der Sicht des Neuromarketings
- 1.1.3. Die Bedeutung der Sinne im Kaufentscheidungsprozess
- 1.1.4. Aufmerksamkeit und Bewusstsein im Verbraucherverhalten

1.2. Sinne und Emotionen im Kaufverhalten

- 1.2.1. Rationale Prozesse und emotionale Prozesse im Kaufprozess
- 1.2.2. Peak-End-Regel
- 1.2.3. Wie beeinflussen die Emotionen die Sinne?

1.3. Das sensorische System und sein Einfluss auf Kauf- und Konsumprozesse

- 1.3.1. Funktionsweise des sensorischen Systems beim Kaufverhalten
- 1.3.2. Persuasive Kommunikation und die Sinne
- 1.3.3. Synästhesie und sensorisches Marketing
- 1.3.4. Gibt es noch andere Sinne?
- 1.3.5. Boubu/Kiki-Effekt

1.4. Die Sinne: Vermarktung der Berührung

- 1.4.1. Die Macht der Berührung
- 1.4.2. Die große Kapazität der Hände
- 1.4.3. Marketing der Berührung

1.5. Die Sinne. Visuelles Marketing: die Macht des Sehens beim Konsum

- 1.5.1. Das Sehen. Implikation für den Konsum
- 1.5.2. Der Einfluss von Licht auf das Einkaufserlebnis
- 1.5.3. Farben im Branding und Verkauf
- 1.5.4. Ein Blick durch Neuromarketing

1.6. Die Sinne: Geruchsmarketing im Spiegel des Neuromarketings

- 1.6.1. Der Geruch: Was, aber nicht wie?
- 1.6.2. Das Gedächtnis und der Geruch. Auswirkung auf das Einkaufserlebnis
- 1.6.3. Der Einfluss von Gerüchen auf das Einkaufen. Praktische Anwendung
- 1.6.4. Duftmarketing und Neuromarketing

1.7. Die Sinne: Geschmacksmarketing

- 1.7.1. Funktionale Eigenschaften des Geschmacks
- 1.7.2. Geschmäcker
- 1.7.3. Elemente des Geschmacksmarketings

1.8. Die Sinne: Auditives Marketing

- 1.8.1. Wie funktioniert das Hören?
- 1.8.2. Klang und seine Eigenschaften
- 1.8.3. Auditives Marketing

1.9. Sensorisches Marketing und Neuromarketing

- 1.9.1. Sensorisches Marketing als Protagonist der Verbrauchererfahrung
- 1.9.2. Die Macht des Neuromarketings im sensorischen Bereich
- 1.9.3. Neuromarketing und sensorisches Marketing: Unterscheidungsmerkmale für das Einkaufserlebnis

1.10. Sensorisches Marketing in der Praxis

- 1.10.1. Sensorisches Marketing und Branding
- 1.10.2. Etappen der Bildung einer sensorischen Marke
- 1.10.3. Anwendung von sensorischem Marketing in Unternehmen
- 1.10.4. Erfolgsgeschichten



“

Ein einzigartiges, wichtiges und entscheidendes Programm, um Ihre berufliche Entwicklung voranzutreiben und den endgültigen Sprung zu schaffen"

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.

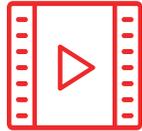
Das Relearning ermöglicht es Ihnen, mit weniger Aufwand und mehr Leistung zu lernen, sich mehr auf Ihre Spezialisierung einzulassen, einen kritischen Geist zu entwickeln, Argumente zu verteidigen und Meinungen zu kontrastieren: eine direkte Gleichung zum Erfolg.

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.



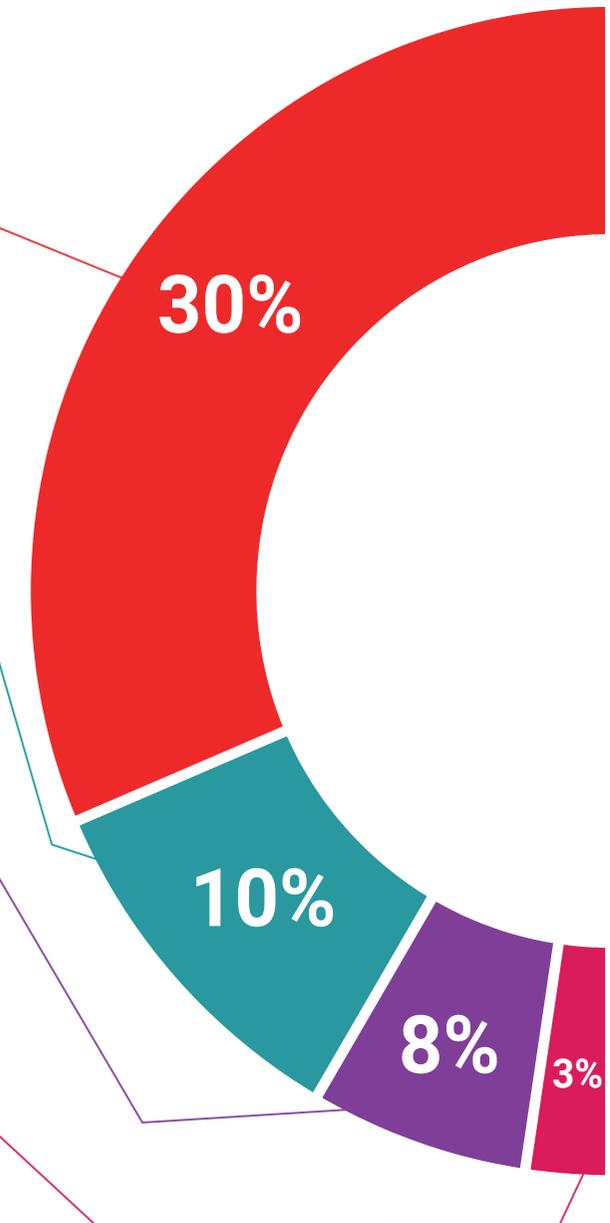
Übungen zu Managementfähigkeiten

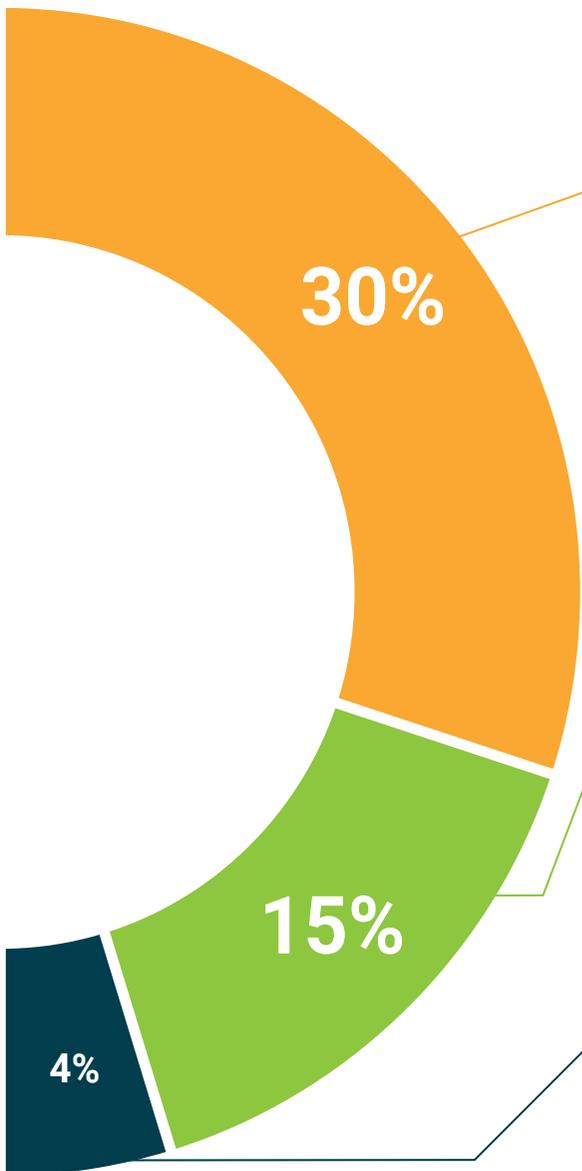
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Managementfähigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Übungen und Aktivitäten zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein leitender Angestellter im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



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- oder 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.

Auch Berufstätige mit einem Hochschulabschluss in einem beliebigen Bereich und zwei Jahren Berufserfahrung im Feld des sensorischen Marketings können den Universitätskurs absolvieren.





“

Beherrschen Sie die Peak-and-Finish-Regel und ihre Anwendung, um die Kaufentscheidungen der Verbraucher zu beeinflussen"

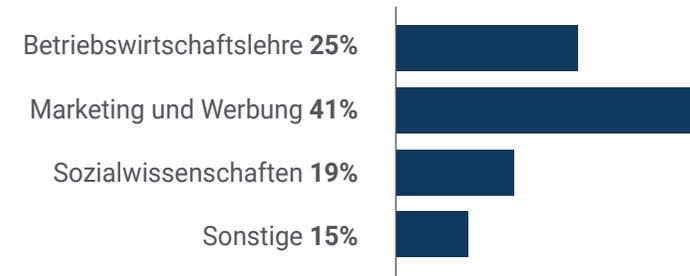
Durchschnittliches Alter

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

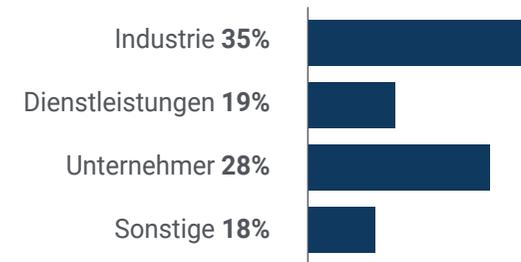
Jahre der Erfahrung



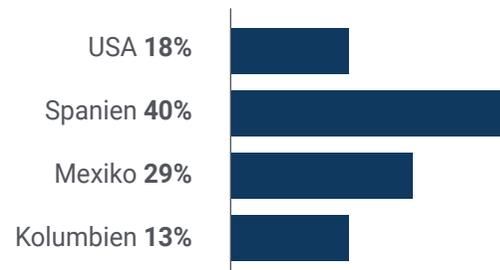
Ausbildung



Akademisches Profil



Geografische Verteilung



Lorena Ana García

Manager für Marketing und sensorisches Marketing

"Dieser Universitätskurs in Sensorisches Marketing hat meine Karriere entscheidend verändert. Das erworbene Wissen hat mich in die Lage versetzt, fortschrittliche Strategien umzusetzen, um das Erlebnis meiner Kunden zu verbessern. Gleichzeitig war ich in der Lage, die Leitung von Projekten zu übernehmen und alle beruflichen Ziele zu erreichen, die ich anstrebte. Es war auch sehr nützlich, dass ich mich dank der 100%igen Online-Methode von TECH in meinem eigenen Tempo und ohne vorgegebene Zeitpläne vorbereiten konnte"

08

Kursleitung

Die Dozenten von TECH sind aus mehreren Gründen die besten für dieses Programm. Sie verfügen über umfangreiche Erfahrungen im Bereich Marketing und Management, die es ihnen ermöglichen, den Studenten einen praktischen und aktuellen Einblick in die neuesten Trends und Instrumente des sensorischen Marketings zu geben. Darüber hinaus sind sie bestens geschult in innovativen Lehrmethoden und modernsten technologischen Hilfsmitteln, um eine qualitativ hochwertige Weiterbildung zu gewährleisten. Darüber hinaus engagieren sich die Dozenten für den Erfolg ihrer Studenten und bieten ihnen persönliche Unterstützung und ständiges Feedback, um ihnen zu helfen, ihre akademischen und beruflichen Ziele zu erreichen.



“

*Entwickeln Sie fortgeschrittene Fähigkeiten
im Teammanagement und in der Leitung von
Marketingprojekten mit Hilfe der exzellenten
Dozenten von TECH"*

Leitung



Hr. Carrascosa Mendoza, Gabriel

- ♦ Forscher und Direktor von Fusión Lab- Labor für Angewandtes Neuromarketing
- ♦ 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 UEMC
- ♦ Universitätsexperte: Neuromarketing und Verbraucherverhalten, von der Universität Nebrija
- ♦ Technischer Kurs zur Entwicklung und Anwendung von Eye Tracking im Neuromarketing-SMI
- ♦ Ehrenmitglied der AMNAC (Mexikanischer Verband für Neuromarketing und Verbraucheranalyse)

Professoren

Fr. Alff Machado, Larissa

- ♦ Spezialistin für Neuromarketing
- ♦ Consultant und Implementierungstechnikerin bei Fusion Lab Neuromarketing
- ♦ Hochschulabschluss in Werbung von der UNP
- ♦ Masterstudiengang in Neuromarketing und Verbraucherverhalten von der UCM
- ♦ Masterstudiengang in Digitales Marketing von der EAE Business School
- ♦ Aufbaustudiengang in Strategisches Marketing von der Höheren Schule für Marketing in Rio de Janeiro



09

Auswirkung auf Ihre Karriere

Der Universitätskurs in Sensorisches Marketing vermittelt fortgeschrittene Marketing- und Managementkenntnisse, um Teams zu leiten und Führungsaufgaben zu übernehmen. Die erworbenen Kenntnisse ermöglichen die Anwendung fortschrittlicher Techniken bei der Schaffung einzigartiger multisensorischer Erfahrungen. Die Studenten werden darauf vorbereitet sein, sich den aktuellen und zukünftigen Herausforderungen des Marktes zu stellen und sich in ihrer Karriere zu behaupten.



“

Durch die gründliche Beherrschung überzeugender Kommunikationstechniken auf verschiedenen Plattformen und Kanälen werden Sie zu einem Manager von Rang und mit großen Fähigkeiten für die Anwendung von sensorischem Marketing"

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

Der Universitätskurs in Sensorisches Marketing der 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.

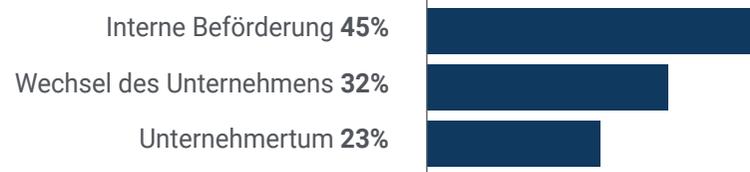
Sie werden durch diesen Abschluss fortgeschrittene Fähigkeiten im Bereich des Teammanagements und der Führung entwickeln und diese sofort in Ihrer täglichen Berufspraxis anwenden können.

Dieser 100%ige Online-Abschluss bietet Ihnen aktuelle Studienmaterialien in verschiedenen Formaten, einschließlich Videos und Infografiken.

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

Unternehmen können von der Einstellung von Studenten des Universitätskurses in Sensorisches Marketing profitieren. Diese Fachleute sind in der Lage, fortschrittliches Neuromarketing und sensorische Marketingtechniken anzuwenden, um das Kundenerlebnis zu verbessern. Die Studenten können dazu beitragen, effektivere Marketing- und Managementstrategien zu entwickeln und sind mit den neuesten Trends und Tools vertraut.



“

Wenn Sie sich für dieses Programm einschreiben, werden Sie ein Experte im Management von sensorischem Marketing, um die Rentabilität und das Wachstum Ihres Unternehmens zu verbessern"

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 Sensorisches Marketing 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 **Universitätskurs in Sensorisches 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 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 Sensorisches 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 zusätzliche Gebühr zu beschaffen.



Universitätskurs Sensorisches Marketing

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

Universitätskurs

Sensorisches Marketing

