

Universitätskurs

Creative Branding: Kommunikation und Management von Kreativen Marken





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

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Kursleitung

Seite 12

04

Struktur und Inhalt

Seite 16

05

Methodik

Seite 20

06

Qualifizierung

Seite 28

Wenn es etwas gibt, das für ein Unternehmen wichtig ist, dann ist es seine Persönlichkeit. Die öffentliche Wahrnehmung großer Marken ist kein Zufall, denn die Verantwortung dafür liegt beim *Branding-Team*. Heutzutage wird es immer schwieriger, sich von der Masse abzuheben, da es unendlich viele Marken gibt. Deshalb kommt dem *Brand Manager* eine besondere Bedeutung zu. In diesem Programm lernen die Studenten, ihr ganzes Talent und ihre Kreativität in die große Kommunikationsarbeit des Unternehmens einzubringen, ein boomendes und sich ständig wandelndes Feld, in dem nur die am besten Vorbereiteten Erfolg haben.



Sie haben Hunderte von Slogans im Kopf.
Jetzt ist es an der Zeit, sie zu produzieren"

30%

Wenn Markenführung an sich schon wichtig ist, so wird diese Bedeutung noch um ein Vielfaches verstärkt, wenn wir über Designunternehmen sprechen, denn die eigene Marke ist der erste Spiegel der Qualität und des Talents eines Unternehmens. Aus diesem Grund und wegen des starken Wettbewerbs in der Branche entstehen immer mehr Berufsbilder, die sich auf das Management und die Kommunikation von *Creative Branding* spezialisieren, einer noch kreativeren Art und Weise, die Persönlichkeit eines Unternehmens zu kommunizieren.

Creative Branding umfasst nicht nur die Marke und ihre visuelle Darstellung für den Kunden, sondern auch die Art und Weise, wie sie kommuniziert wird, wie sie sich ausdrückt, die Kundenerfahrung und sogar das *Storytelling*, das während der verschiedenen Prozesse, die der Käufer durchläuft, entstehen kann und zu einem kreativen Verkauf wird. In diesem Universitätskurs in Creative Branding: Kommunikation und Management von Kreativen Marken erfahren die Studenten, worauf es bei der Kommunikation ankommt und welche Strategien notwendig sind, um eine Marke zum Erfolg zu führen.

Das didaktische Material geht in die Tiefe des gesamten *Branding*-Managementprozesses. Vom Aufbau und der Identität einer Marke über die strategische Planung bis hin zur Erfolgskontrolle einer Kampagne. Nach Abschluss des Universitätskurses werden die Studenten wissen, wie sie den gesamten kreativen Prozess der Schaffung, Verwaltung und Bewertung einer Marke von ihren Anfängen bis zu ihrer Etablierung managen können.

Der Studiengang bietet den Studenten somit eine einzigartige Möglichkeit, sich in einem Bereich zu spezialisieren, der in allen Designunternehmen sehr gefragt ist, in denen kreative Menschen geschätzt werden, die ihr Wissen und ihre Lösungen für aktuelle Probleme einbringen können.

Der **Universitätskurs in Creative Branding: Kommunikation und Management von Kreativen Marken** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Seine hervorstechendsten Merkmale sind:

- ◆ Eine eingehende Untersuchung aller Aspekte, durch die eine Marke bekannt ist
- ◆ Besonderes Augenmerk auf die detaillierte Darstellung des gesamten kreativen Prozesses des *Creative Branding*, von der Konzeption bis zur Ausführung von Kommunikationsplänen
- ◆ Die verschiedenen Ressourcen und Werkzeuge, die den Studenten für die spätere Verwendung am Arbeitsplatz zur Verfügung gestellt werden
- ◆ Die Betonung innovativer Methoden, die das Profil der Studenten im Vergleich zu anderen ähnlichen Kursen verbessern

“*Sie wissen, dass Sie der Architekt großer Marken sein können, vertrauen Sie sich einfach selbst und spezialisieren Sie sich. Just Do It*”

“*Wenn Sie glauben, dass Sie die Welt wirklich verändern können, sind Sie im richtigen Universitätskurs. Think Different*”

Zu den Dozenten des Programms gehören Fachleute aus der Branche, die ihre Erfahrungen aus ihrer Arbeit in diese Weiterbildung einbringen, sowie anerkannte Spezialisten von führenden Gesellschaften und renommierten Universitäten.

Die multimedialen Inhalte, die mit der neuesten Bildungstechnologie entwickelt wurden, werden der Fachkraft ein situations- und kontextbezogenes Studium ermöglichen. Mit anderen Worten, eine simulierte Umgebung, die eine immersive Fortbildung ermöglicht, die auf reale Situationen ausgerichtet ist.

Das Konzept dieses Programms konzentriert sich auf problemorientiertes Lernen, bei dem die Fachkraft versuchen muss, die verschiedenen Situationen aus der beruflichen Praxis zu lösen, die während des gesamten Studiengangs gestellt werden. Zu diesem Zweck wird sie von einem innovativen interaktiven Videosystem unterstützt, das von renommierten Experten entwickelt wurde.

Creative Branding ist ein innovativer Weg, Marken mit Menschen zu verbinden. Wagen Sie den Sprung und verbinden Sie Unternehmen mit ihren Kunden. Connecting People.

Heben Sie sich mit einem auf Creative Branding spezialisierten Profil ab und machen Sie Ihr Talent zum Motor Ihres Lebens.



02 Ziele

Dieser Universitätskurs wurde so konzipiert, dass die Studenten den größtmöglichen Nutzen aus den Inhalten ziehen können, indem ihnen die besten didaktischen Werkzeuge zur Verfügung gestellt werden. Um ein Höchstmaß an Exzellenz zu gewährleisten, stellt TECH mit diesen allgemeinen und spezifischen Zielen sicher, dass die Studenten alle notwendigen und entscheidenden Lernfähigkeiten erwerben.



Ihr wichtigstes Ziel sind Sie. Spezialisieren Sie sich auf Creative Branding und schaffen Sie die Zukunft, von der Sie immer geträumt haben"





Allgemeine Ziele

- ◆ Lernen, die wichtigsten Komponenten zu identifizieren, mit denen eine Marke ihr Publikum anspricht
- ◆ Erwerben des spezifischen Wissens, um die Marke, die Kommunikation und das Image eines Unternehmens zu verwalten
- ◆ Vermitteln von Phantasie und Erfindungsreichtum bei der Lösung von Problemen im Bereich des kreativen Managements
- ◆ Verstärken der Integration der erworbenen Kenntnisse in realen praktischen Situationen
- ◆ Verstehen, wie grundlegend Kreativität für die Kommunikation und das Management kreativer Marken in jedem Designsektor ist
- ◆ Vermitteln der Fähigkeit, sich an verschiedene Realitäten anzupassen, indem man ihnen Werkzeuge zur Analyse des Marktes und verschiedener Kommunikationsmaßnahmen an die Hand gibt
- ◆ Fördern der Fähigkeit, sich schrittweise zu aktualisieren, um immer auf eine sich verändernde Realität vorbereitet zu sein
- ◆ Entwickeln von Kommunikationsfähigkeiten, sowohl in schriftlicher als auch in mündlicher Form, die als Grundpfeiler für jedes kreative Markenmanagement dienen werden



Spezifische Ziele

- ◆ Vertieftes Kennen, was eine Marke erfolgreich macht, wie sie von der Öffentlichkeit wahrgenommen wird und Anwenden dieses Wissens in der täglichen Arbeit
- ◆ Abdecken aller kreativen Phasen des *Creative Branding*, von der Konzeption der Marke bis zur *Customer Experience*
- ◆ Planen von erfolgreichen Strategien, mit Taktiken und Produktionsplänen, die ein effizientes Management der Marke und ihrer Ressourcen gewährleisten
- ◆ Wissen, wie man den Erfolg einer bestimmten kommunikativen Maßnahme mit Hilfe spezifischer Instrumente bewertet

“Ihr berufliches Ziel ist das gleiche wie das von TECH: Werden Sie der beste Experte für kreatives Branding, um so Ihre Karriere anzukurbeln”

03 Kursleitung

TECH wählt für die Entwicklung der didaktischen Inhalte die besten Fachleute auf jedem Gebiet aus, was garantiert, dass die Studenten von den besten Experten lernen werden. Dank ihrer Berufserfahrung im Bereich *Creative Branding* können die Studenten ihr Potenzial maximal entfalten und von den Besten das aktuellste Wissen auf dem Markt erwerben.



Der Moment, der Ihre berufliche Zukunft prägen wird, ist gekommen und das Expertenteam von TECH wird Ihnen helfen, im kreativen Markenmanagement erfolgreich zu sein"

Internationale Gastdirektorin

S. Mark Young ist ein international anerkannter Experte, der sich in seiner Forschung auf die Unterhaltungsindustrie konzentriert hat. Seine Ergebnisse wurden mit zahlreichen Preisen ausgezeichnet, darunter der 2020 Lifetime Achievement Award in Accounting and Management von der American Accounting Association. Außerdem erhielt er drei Auszeichnungen für seine Beiträge zur wissenschaftlichen Literatur in diesen Bereichen.

Einer der Höhepunkte seiner Karriere war die Veröffentlichung der Studie „Narcissism and Celebrities“ (Narzissmus und Prominente) zusammen mit Dr. Drew Pinsky. In diesem Text wurden direkte Daten zu berühmten Persönlichkeiten aus Film und Fernsehen zusammengestellt. In dem Artikel, der später zu einem Bestseller wurde, analysierte der Experte die narzisstischen Verhaltensweisen von Zelluloidstars und wie diese in den modernen Medien normalisiert wurden. Gleichzeitig ging er auf die Auswirkungen dieser Verhaltensweisen auf die heutige Jugend ein.

Im Laufe seiner beruflichen Karriere hat sich Young auch mit der Organisation und der Ausrichtung der Filmindustrie befasst. Insbesondere hat er Modelle zur Vorhersage des Kassenerfolgs großer Filme untersucht. Er hat auch einen Beitrag zum Activity Based Accounting und zur Gestaltung von Kontrollsystemen geleistet. Bekannt ist vor allem sein Einfluss auf die Einführung eines effektiven Managements auf der Grundlage der Balanced Scorecard.

Auch die akademische Arbeit hat sein Berufsleben geprägt, und er wurde auf den George Bozanic and Holman G. Hurt Research Chair in Sports and Entertainment Business gewählt. Er hat auch Vorlesungen gehalten und an Studienprogrammen in den Bereichen Rechnungswesen, Journalismus und Kommunikation teilgenommen. Gleichzeitig führten ihn seine Grund- und Aufbaustudien an renommierte amerikanische Universitäten wie Pittsburgh und Ohio.



Dr. Young, S. Mark

- George Bozanic und Holman G. Hurt Lehrstuhl für Sport- und Unterhaltungswirtschaft
- Offizieller Historiker der Tennismannschaft der University of Southern California
- Akademischer Forscher, spezialisiert auf die Entwicklung von Prognosemodellen für die Filmindustrie
- Mitverfasser des Buches „Narzissmus und Prominente“.
- Promotion in Rechnungswesen an der Universität von Pittsburgh
- Masterstudiengang in Rechnungswesen an der Ohio State University
- Hochschulabschluss in Wirtschaftswissenschaften vom Oberlin College
- Mitglied des Center for Excellence in Teaching

“

Dank TECH werden Sie mit den besten Fachleuten der Welt lernen können“

Leitung



Dr. Velar, Marga

- *Corporate Marketing Manager* bei SGN Group (New York)
- Geschäftsführung bei Forefashion Lab
- Hochschulabschluss in Audiovisuelle Kommunikation mit einem Universitätskurs in Kommunikation und Modemanagement vom Universitätszentrum Villanueva der Universität Complutense
- Promotion in Kommunikation an der Universität Carlos III von Madrid
- MBA in *Fashion Business Management* von der ISEM Fashion Business School
- Dozentin am Universitätszentrum Villanueva, an der ISEM Fashion Business School und an der Fakultät für Kommunikation der Universität von Navarra



Der Lehrplan für diesen Universitätskurs in Creative Branding: Kommunikation und Management von Kreativen Marken wurde mit dem Ziel entwickelt, den Studenten das Lernen so leicht wie möglich zu machen. Das Modul besteht aus 10 Themen, die sehr spezifische und klare Konzepte abdecken, die den Studenten helfen, sie zu assimilieren. Darüber hinaus haben die Dozenten alle Themen, die in diesem Kurs gelehrt werden, sorgfältig ausgewählt, um sicherzustellen, dass die Lehrinhalte von hoher Qualität und an die Bedürfnisse des modernen Arbeitsmarktes angepasst sind.



Creative

“

Sie wissen, dass Sie mit harter Arbeit und Hingabe alles erreichen können, was Sie sich vorgenommen haben. Sie brauchen nur noch einen kleinen Schubs, um ein Experte in Creative Branding zu werden”

Modul 1. Creative Branding: Kommunikation und Management von kreativen Marken

- 1.1. *Brands and Branding*
 - 1.1.1. Markenzeichen
 - 1.1.2. Entwicklung des *Branding*
 - 1.1.3. Positionierung, Markenpersönlichkeit, Bekanntheitsgrad
- 1.2. Markenbildung
 - 1.2.1. *Marketing-Mix*
 - 1.2.2. Markenarchitektur
 - 1.2.3. Markenidentität
- 1.3. Ausdruck der Marke
 - 1.3.1. Grafische Identität
 - 1.3.2. Visueller Ausdruck
 - 1.3.3. Andere Elemente, die die Marke widerspiegeln
- 1.4. Kommunikation
 - 1.4.1. Annäherungen
 - 1.4.2. *Brand Touchpoints*
 - 1.4.3. Kommunikationstechniken und -werkzeuge
- 1.5. *Brand Content*
 - 1.5.1. Von Marken zu Unterhaltungsplattformen
 - 1.5.2. Der Aufstieg der Markeninhalte
 - 1.5.3. Bindung an das Publikum durch einzigartiges Storytelling
- 1.6. *Visual Storytelling*
 - 1.6.1. Markenanalyse
 - 1.6.2. Kreative Werbekonzepte
 - 1.6.3. Kreatives Verkaufen
- 1.7. *Customer Experience*
 - 1.7.1. *Customer Experience (CX)*
 - 1.7.2. *Customer Journey*
 - 1.7.3. Markenausrichtung und CX



- 1.8. Strategische Planung
 - 1.8.1. Ziele
 - 1.8.2. Identifizierung von Zielgruppen und *Insights*
 - 1.8.3. Strategieentwicklung
- 1.9. *Performance*
 - 1.9.1. Das *Briefing*
 - 1.9.2. Taktik
 - 1.9.3. Produktionsplan
- 1.10. Bewertung
 - 1.10.1. Was ist zu bewerten?
 - 1.10.2. Wie ist zu bewerten? (Messinstrumente)
 - 1.10.3. Berichterstattung über die Ergebnisse

“ Mit all diesem Wissen können Sie sich in Ihrer Karriere spezialisieren und sich im Bereich Design durch innovative Ansätze auszeichnen ”

05 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“

Fallstudie zur Kontextualisierung aller Inhalte

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



Sie werden Zugang zu einem Lernsystem haben, das auf Wiederholung basiert, mit natürlichem und progressivem Unterricht während des gesamten Lehrplans.

Eine innovative und andersartige Lernmethode

Dieses TECH-Programm ist ein von Grund auf neu entwickeltes, intensives Lehrprogramm, das die anspruchsvollsten Herausforderungen und Entscheidungen in diesem Bereich sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene vorsieht. 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 berufliche Realität berücksichtigt wird.



Unser Programm bereitet Sie darauf vor, sich neuen Herausforderungen in einem unsicheren Umfeld zu stellen und in Ihrer Karriere erfolgreich zu sein



Die Studenten lernen durch gemeinschaftliche Aktivitäten und reale Fälle die Lösung komplexer Situationen in realen Geschäftsumgebungen.

Die Fallmethode ist das von den besten Fakultäten der Welt am häufigsten verwendete Lernsystem. 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 8 verschiedene didaktische Elemente kombiniert.

Wir ergänzen die Fallstudie mit der besten 100%igen Online-Lehrmethode: Relearning.

Im Jahr 2019 erzielten wir die besten Lernergebnisse aller spanischsprachigen Online-Universitäten der Welt.

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 Universität ist die einzige in der spanischsprachigen Welt, 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.

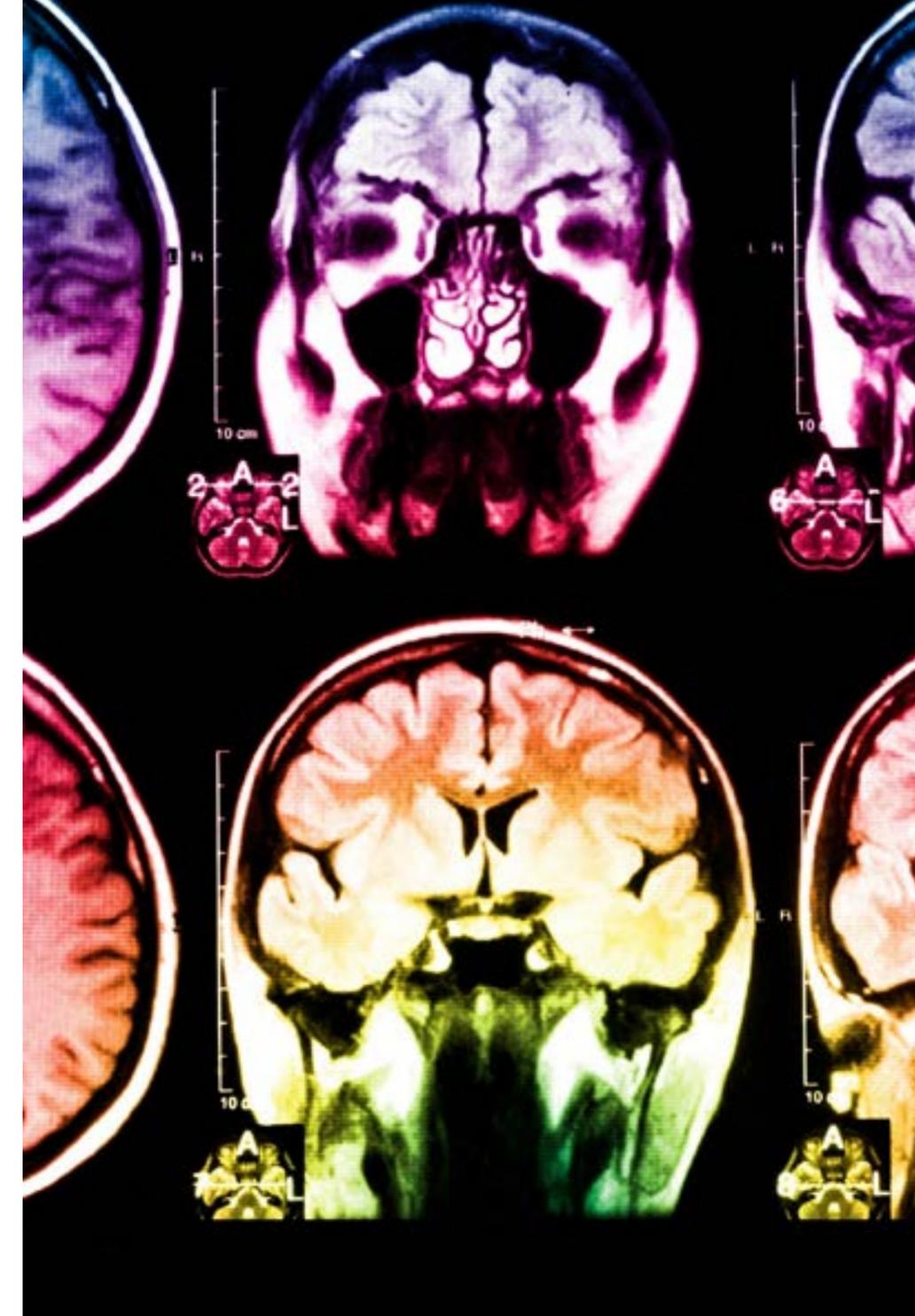


In unserem Programm ist das Lernen kein linearer Prozess, sondern erfolgt in einer Spirale (lernen, verlernen, vergessen und neu lernen). Daher wird jedes dieser Elemente konzentrisch kombiniert. Mit dieser Methode wurden mehr als 650.000 Hochschulabsolventen mit beispiellosem Erfolg in so unterschiedlichen 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 Ihr Fachgebiet 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.



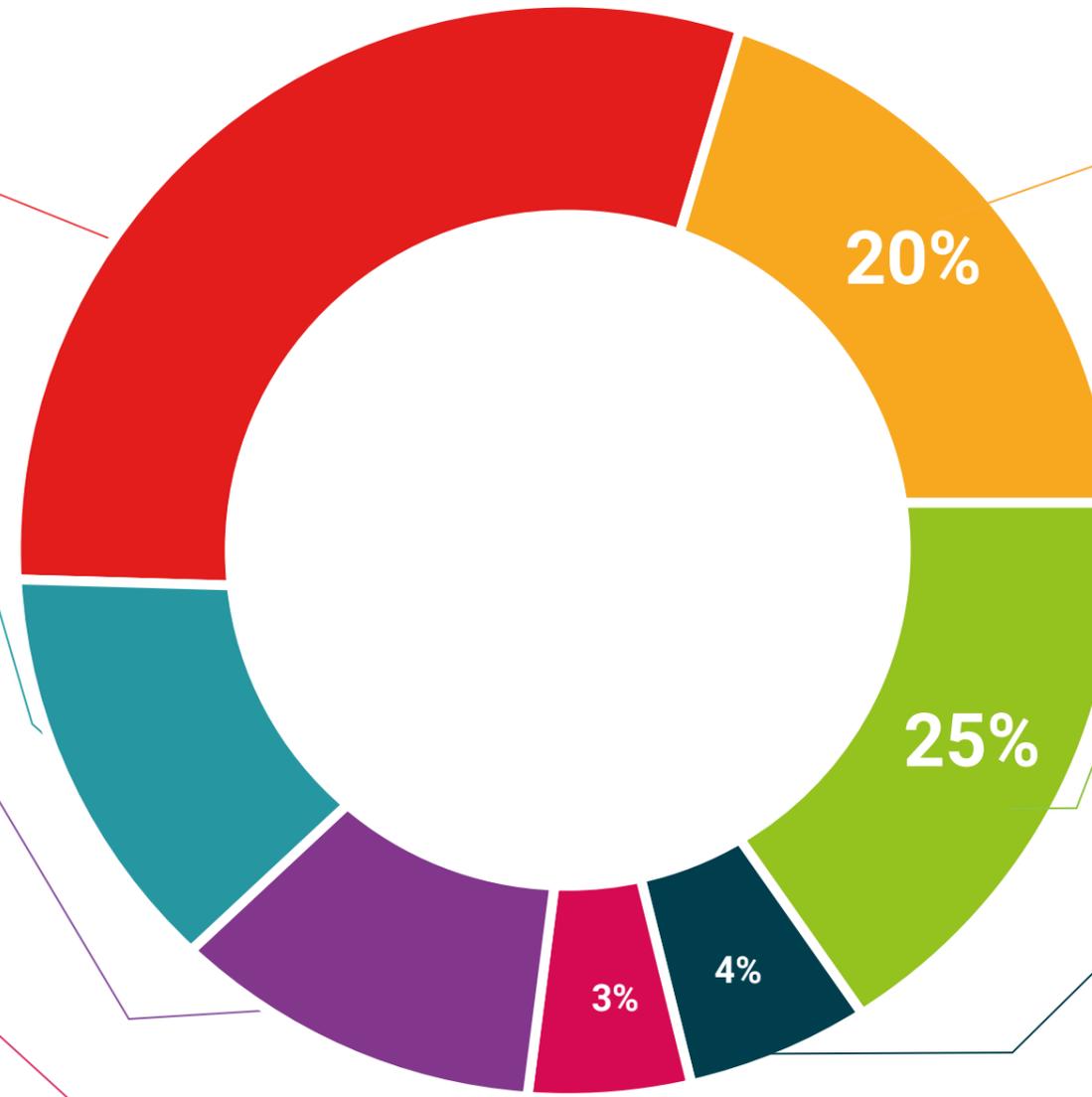
Fertigkeiten und Kompetenzen Praktiken

Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Kompetenzen und Fertigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Praktiken und Dynamiken zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein Spezialist 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. Die Fälle werden von den besten Spezialisten der internationalen Szene präsentiert, analysiert und betreut.



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.



06

Qualifizierung

Der Universitätskurs in Creative Branding: Kommunikation und Management von Kreativen Marken garantiert neben der präzisesten und aktuellsten Fortbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologischen Universität ausgestellten Diplom.

Qualifizierung | 31 **tech**

“

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

Der **Universitätskurs in Creative Branding: Kommunikation und Management von Kreativen Marken** 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 Creative Branding: Kommunikation und Management von Kreativen Marken**

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.

zukunft
gesundheit vertrauen menschen
erziehung information tutoren
garantie akkreditierung unterricht
institutionen technologie
gemeinschaft verpflichtung
persönliche betreuung innovativ
wissen gegenwart qualifikation
online-Ausbildung
entwicklung institut
virtuelles Klassenzimmer sprachen



Universitätskurs Creative Branding: Kommunikation und Management von Kreativen Marken

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

Universitätskurs

Creative Branding: Kommunikation und Management von Kreativen Marken

