

Universitätsexperte

Marketing im Metaversum



Universitätsexperte

Marketing im Metaversum

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

Internetzugang: www.techtitute.com/de/informatik/spezialisierung/spezialisierung-marketing-metaversum

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Kursleitung

Seite 12

04

Struktur und Inhalt

Seite 16

05

Methodik

Seite 22

06

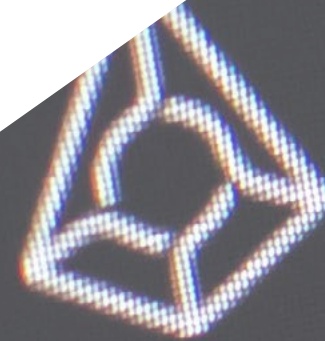
Qualifizierung

Seite 30

01

Präsentation

Multinationale Konzerne wie Gucci, Louis Vuitton und sogar Coca-Cola haben sich bereits dem digitalen Metaversum-Trend angeschlossen. Diese Marken haben digitale Produkte online vermarktet, ihre eigenen nicht fungiblen Token (NFT) auf den Markt gebracht und sind in die Welt der Videospiele eingetreten. Dies ist ein Paradigma, in dem sich das Marketing mit großen Möglichkeiten entwickelt, die ein kostengünstigeres, schnelleres und moderneres Management ermöglichen. Um Erlebnisse anbieten zu können, die über die Zufriedenheit hinausgehen, die materielle Produkte bei den Nutzern hervorrufen, benötigen die Unternehmen Fachleute, die die anspruchsvollsten Aufgaben im Cyberspace beherrschen. TECH hat diesen Studiengang entwickelt, um diese Spezialisten in dem kommerziellen Ökosystem des Metaversums weiterzubilden, in dem die Werbung mit innovativen Tools effizient eingesetzt wird. Ein Studiengang, der zu 100% online angeboten wird, damit die Studenten mit Erfolgsgarantie in das Multiversum eintauchen können.



augur

we

Income +

“

Mit diesem Universitätsexperten werden Sie in nur 6 Monaten mit Wissen über virtuelle Marketing- und Vertriebskanäle im Metaversum durchdrungen"

Das Metaversum hat in den letzten Jahren das Internet revolutioniert und damit auch das wirtschaftliche Handeln und den Alltag der Menschen beeinflusst. Die virtuelle Realität hat sich zu einer Umgebung entwickelt, in der finanzielle Transaktionen dezentralisiert werden und sich auf dem freien Markt entwickeln können. Wie der Boom dieser Technologie gezeigt hat, kann ein digitales Produkt auf diese Weise einen unermesslichen Wert erreichen, unabhängig davon, was der Käufer zu zahlen bereit ist. Ein Beispiel dafür ist das GIF der berühmten „kosmischen Katze“, das für 500.000 Dollar verkauft wurde.

Diese virtuelle Makroökonomie ist bei weitem kein Einzelfall und zeigt nur Anzeichen von Wachstum. Videospiele haben sie bereits in ihre Methodik integriert, da das Freischalten neuer Szenarien den Kauf von Kryptowährungen erfordert. Dies ist nur ein kleiner Ausschnitt aus dem großen Bild, das sich dem Handel, wie wir ihn kennen, bietet. Aus diesem Grund müssen Fachleute, die in diesem Sektor arbeiten oder in ihn einsteigen wollen, jede neue Technologie, die in diesem virtuellen Paradigma auftaucht, perfekt beherrschen.

TECH hat deshalb einen Studiengang entwickelt, der sich an Informatiker und andere Fachleute richtet, die sich für Marketing im Metaversum interessieren. In diesem Studiengang lernen die Studenten neue Plattformen für den Konsum von Werbeinhalten, die Monetarisierung im virtuellen Kontext, Web 3.0 Communities und immersive Erfahrungen kennen. All dies dank eines 100% virtuellen Modus, der es den Studenten ermöglicht, ihr Studium mit anderen Lebensbereichen zu verbinden, mit der Hilfe von Spezialisten und einem sorgfältig ausgewählten Team von Dozenten, die den Lernprozess der Studenten zertifizieren. Und das alles mit theoretischen und praktischen Inhalten und einem Fokus auf zukünftige Trends im Multiversum.

Dieser **Universitätsexperte in Marketing im Metaversum** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Die hervorstechendsten Merkmale sind:

- ♦ Die Entwicklung von Fallstudien, präsentiert von Experten für Kryptowährungen, *Blockchain* und Web 3.0
- ♦ Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt vermittelt alle für die berufliche Praxis unverzichtbaren Informationen
- ♦ Praktische Übungen, bei denen der Selbstbewertungsprozess zur Verbesserung des Lernens genutzt werden kann
- ♦ Sein besonderer Schwerpunkt liegt auf innovativen Methoden
- ♦ Theoretische Vorträge, Fragen an den Experten, Diskussionsforen zu kontroversen Themen und individuelle Reflexionsarbeit
- ♦ Die Verfügbarkeit des Zugangs zu Inhalten von jedem festen oder tragbaren Gerät mit Internetanschluss



Das Metaversum birgt eine Vielzahl unentdeckter Möglichkeiten. Wollen Sie derjenige sein, der für die Förderung neuer Wege des personalisierten Verkaufs verantwortlich ist? Beherrschen Sie dazu den Metaversum-Funnel mit TECH"

“

KPIs geben Ihnen die Möglichkeit, die Wirkung Ihrer Werbung im Multiversum zu messen. Entscheiden Sie sich jetzt für die Welt des Wirtschaftswachstums"

Das Dozententeam des Programms besteht aus Fachleuten des Sektors, die ihre Berufserfahrung in diese Fortbildung einbringen, sowie aus renommierten Spezialisten aus führenden Unternehmen und angesehenen Universitäten.

Die multimedialen Inhalte, die mit der neuesten Bildungstechnologie entwickelt wurden, werden der Fachkraft ein situiertes und kontextbezogenes Lernen ermöglichen, d. h. eine simulierte Umgebung, die eine immersive Fortbildung bietet, die auf die Ausführung von realen 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.

Bilden Sie sich mit nur einem Klick weiter, wo immer Sie wollen, dank des 100%igen Online-Modus und der Flexibilität, die TECH Ihnen bietet, um Ihr Studium mit Ihrem persönlichen und beruflichen Leben zu vereinbaren.

Möchten Sie in das Marketing im Metaversum einsteigen? Erreichen Sie es mit der Simulation von Fällen, die Sie auf Ihre berufliche Zukunft vorbereiten werden.



02 Ziele

Das Hauptziel dieses Universitätsexperten in Marketing im Metaversum ist die Erweiterung und Aktualisierung des Fachwissens von Spezialisten, die bereits im Metasektor tätig sind oder in diesen einsteigen möchten. Es handelt sich um eine Weiterbildung, die das virtuelle Umfeld und alle Elemente umfasst, die die Durchführbarkeit eines potenziellen Marketings innerhalb dieses digitalen Paradigmas ermöglichen. Mit diesem Programm werden die Studenten in der Lage sein, die Schlüssel zum geschäftlichen Erfolg im Metaversum zu analysieren und neben vielen anderen Fertigkeiten auch die Besonderheiten des NFT-Konsums zu beherrschen. All dies durch einen theoretischen und praktischen Abschluss, mit dem sie ihre beruflichen Ziele erreichen werden.



“

Führen Sie dank der Techniken, die Sie mit diesem Universitätsexperten erwerben, effektive Marketingstrategien durch, die an die Anforderungen der Zielgruppe Ihres Unternehmens angepasst sind”



Allgemeine Ziele

- ◆ Generieren von Fachwissen über das Web 3.0
- ◆ Untersuchen aller Komponenten, aus denen ein Metaversum besteht
- ◆ Entwickeln eines Metaversums aus den verfügbaren Tools und Komponenten
- ◆ Analysieren der Bedeutung der *Blockchain* als Datenverwaltungsmodell
- ◆ Begründen der Verbindung zwischen der *Blockchain* und der Gegenwart und Zukunft des Metaversums
- ◆ Entdecken der Anwendungsfälle und der Auswirkungen des dezentralen Finanzwesens in der heutigen und zukünftigen Welt
- ◆ Analysieren der Entwicklung der Videospelindustrie und der ersten primitiven Beispiele des Metaversums
- ◆ Erforschen der klassischen Geschäftsmodelle, des allgemeinen Zustands der Branche und der Entstehung des GameFi-Konzepts
- ◆ Herstellen von Synergien zwischen *E-Sports* und anderen Ökosystemen der *Gaming*-Industrie in Bezug auf aktuelle Metaversen
- ◆ Entwickeln neuer Fähigkeiten, die es dem Studenten ermöglichen, Geschäftsmöglichkeiten in den verschiedenen Trägern des Metaversums zu identifizieren
- ◆ Erkennen und Fördern aller möglichen Monetarisierungskanäle innerhalb des Metaversums
- ◆ Vertiefen der Metaversum-Erfahrung aus einer anderen Perspektive, um die Tragweite all dieser potenziellen Entwicklungen zu verstehen und alle Fragen zu ihrer mittel- bis langfristigen Anwendung zu beantworten
- ◆ Begründen des Metaversums als Teil des täglichen Lebens, um es in all seinen Bereichen optimal nutzen zu können
- ◆ Vorbereiten auf alle Veränderungen, die das Metaversum in der Zukunft mit sich bringt, und wissen, wie sie sich auf das tägliche Leben, das Geschäft und die Beziehungen auswirken können





Spezifische Ziele

Modul 1. Das Metaversum

- ◆ Begründen des Web 3.0 als Kernkomponente für die Schaffung eines Metaversums
- ◆ Bestimmen der Hindernisse und des Potenzials, das VR und KI haben
- ◆ Untersuchen der Gesetzgebung, die Metaversen zugrunde liegt
- ◆ Analysieren der verschiedenen Arten von digitalen Identitäten, die einem Metaversum zugrunde liegen
- ◆ Feststellen der Relevanz von Avataren als Ausgangspunkt in einem Metaversum
- ◆ Spezifizieren, warum drei zentrale Aspekte des Metaversums es zu einem Multi-Aktivitäts-Szenario machen können
- ◆ Entwickeln der Metaversum-Komponenten in realen Anwendungsfällen

Modul 2. Marketing im Metaversum

- ◆ Strukturieren eines Marketingplans in einem neuen Universum
- ◆ Entwickeln von Marketingstrategien im Metaversum
- ◆ Ermitteln der Vorteile des Metaversums und des immersiven Marketings für Unternehmen
- ◆ Feststellen, wie die NFT als Brücke zur Werbung im Metaversum genutzt werden können
- ◆ Monetarisieren des Metaversums
- ◆ Entwickeln neuer disruptiver Fähigkeiten
- ◆ Verwalten multidisziplinärer Metaversum-Produktionsteams

Modul 3. Ökosystem und Hauptakteure im Metaversum

- ◆ Analysieren des Einflusses von *Opensource* auf die Entwicklung des Metaversum-Ökosystems
- ◆ Untersuchen der Rolle von *Communities* bei der Entwicklung des Ökosystems
- ◆ Nachdenken über den neuen sozialen Kontext des exponentiellen Zeitalters
- ◆ Aussortieren der Teilnehmer des Ökosystems und Verstehen ihrer Funktion
- ◆ Eintauchen in Projekte, die Metaversen zusammen mit einem Ökosystem entwickeln
- ◆ Erkunden der durch Ökosysteme ermöglichten Geschäftsmöglichkeiten
- ◆ Verstehen, dass es notwendig ist, ein Ökosystem zu schaffen, um ein vollständiges Bild zu liefern



Erweitern Sie Ihr Wissen und eignen Sie sich die notwendigen Fähigkeiten an, um jedes virtuelle Projekt mit garantiertem Erfolg zu managen"

03

Kursleitung

TECH hat eine Gruppe von Dozenten, die Experten für virtuelle Umgebungen und die Erstellung des Web 3.0 sind, mit der Entwicklung und Vermittlung der Inhalte dieser Fortbildung beauftragt. Dabei handelt es sich um eine sorgfältig getroffene Auswahl, so dass die Spezialisten auf erfolgreiche Berufspersönlichkeiten zählen können und Wissen aus ihren eigenen Erfahrungen bei der Entwicklung von Marketing im Metaversum erwerben können. Dadurch erhalten die Studenten nicht nur theoretisches Wissen, sondern können auch über einen direkten Kommunikationskanal mit den Dozenten diskutieren und in Kontakt treten, um alle ihre Fragen zum Thema zu lösen.



“

*Warten Sie nicht länger, nehmen
Sie teil an der vierten industriellen
Revolution dank des qualifiziertesten
Dozententeams in dieser Technologie"*

Leitung



Hr. Cavestany Villegas, Íñigo

- ◆ Co-Founder & Head of Ecosystem bei SecondWorld
- ◆ Leiter Web3 und Gaming
- ◆ IBM Cloud Spezialist bei IBM
- ◆ Vorstandsmitglied von Netspot OTN, Velca und Poly Cashback
- ◆ Dozent an Wirtschaftsschulen wie der IE Business School oder IE Human Sciences and Technology
- ◆ Hochschulabschluss in Betriebswirtschaft an der IE Business School
- ◆ Masterstudiengang in Unternehmensentwicklung an der Autonomen Universität von Madrid
- ◆ IBM Cloud Spezialist
- ◆ Professionelle Zertifizierung als IBM Cloud Solution Advisor

Professoren

Hr. López-Gasco, Alejandro

- ◆ Mitgründer von TrueSushi
- ◆ Führungskraft für Geschäftsentwicklung bei Amazon
- ◆ Hochschulabschluss in Recht und Marketing von der Universität Complutense von Madrid
- ◆ HSK4 Chinesisch von der Beijing Language and Culture University
- ◆ Masterstudiengang in M&A and Private Equity vom IEB
- ◆ Cross Border E-Commerce Bootcamp an der Shanghai Normal University

Hr. Fernández Ansorena, Nacho

- ◆ CMO und Mitgründer von SecondWorld
- ◆ Mitgründer und Digital Strategy Manager bei Polar Marketing
- ◆ Projektleiter bei PGS Comunicación
- ◆ Mitgründer und Development Manager bei weGroup Solutions
- ◆ Hochschulabschluss in Betriebswirtschaft und Management an der ESIC



04

Struktur und Inhalt

Die Struktur und der Inhalt dieses Universitätsexperten in Marketing im Metaversum wurden von dem Dozententeam aus dem Bereich Marketing sorgfältig ausgearbeitet. Darüber hinaus hat TECH eine effiziente Aufteilung des Lehrplans vorgenommen, so dass die Studenten auf einfache Weise unterrichtet werden und die Gewissheit haben, alle Inhalte zu verinnerlichen. Gleichzeitig ist TECH ein Vorreiter bei der Anwendung der *Relearning*-Methode in ihren Programmen, die die Studenten durch ein System der Wiederholung von Konzepten von langen Stunden des Auswendiglernens befreit. All dies mit den präzisen und anspruchsvollen Abschlüssen, die ein Wirtschaftsparadigma in vollem Wachstum erfordert.





“

Erfüllen Sie jetzt Ihre Ziele mit einer Weiterbildung, die Sie die digitale Entwicklung der Sinne im Metaversum und die dreidimensionalen Erfahrungen im Web beherrschen lässt“

Modul 1. Das Metaversum

- 1.1. Wirtschaft im Metaversum: Kryptowährungen und nicht fungible Token (NFT)
 - 1.1.1. Kryptowährungen und NFT. Grundlage der Wirtschaft des Metaversums
 - 1.1.2. Digitale Wirtschaft
 - 1.1.3. Interoperabilität für eine nachhaltige Wirtschaft
- 1.2. Metaversum & Web 3.0 im Bereich der Kryptowährungen
 - 1.2.1. Metaversum & Web 3.0
 - 1.2.2. Dezentralisierte Technologie
 - 1.2.3. *Blockchain*, die Grundlage von Web 3.0 und Metaversum
- 1.3. Fortgeschrittene Technologien für das Metaversum
 - 1.3.1. Erweiterte Realität und virtuelle Realität
 - 1.3.2. Künstliche Intelligenz
 - 1.3.3. IoT
- 1.4. Unternehmensführung: Internationale Gesetzgebung im Metaversum
 - 1.4.1. Die FED
 - 1.4.2. Gesetzgebung im Metaversum
 - 1.4.3. Mining
- 1.5. Digitale Identität für Personen, Vermögenswerte und Unternehmen
 - 1.5.1. Online-Reputation
 - 1.5.2. Schutz
 - 1.5.3. Auswirkungen der digitalen Identität auf die reale Welt
- 1.6. Neue Vertriebskanäle
 - 1.6.1. *Business to Avatar*
 - 1.6.2. Verbesserung der Nutzererfahrungen
 - 1.6.3. Produkte, Dienstleistungen und Inhalte in der gleichen Umgebung
- 1.7. Erlebnisse, die auf Idealen, Überzeugungen und Vorlieben basieren
 - 1.7.1. Künstliche Intelligenz als treibende Kraft
 - 1.7.2. Auf den Einzelnen zugeschnittene Erlebnisse
 - 1.7.3. Die Macht der Massenmanipulation
- 1.8. VR, AR, KI & IoT
 - 1.8.1. Fortgeschrittene Technologien. Erfolg des Metaversums
 - 1.8.2. Immersive Erfahrung
 - 1.8.3. Technologische Analyse. Verwendungen



- 1.9. Zentrale Aspekte des Metaversums: Präsenz, Interoperabilität, Standardisierung
 - 1.9.1. Interoperabilität. Erstes Gebot
 - 1.9.2. Standardisierung des Metaversums für einen reibungslosen Betrieb
 - 1.9.3. Metaversen des Metaversums
- 1.10. *Real Estate* im Metaversum
 - 1.10.1. Methode der Hebelwirkung im Metaversum
 - 1.10.2. Grenzenloser Handel in virtuellen Räumen
 - 1.10.3. Reduktion des Handels in physischen Räumen

Modul 2. Marketing im Metaversum

- 2.1. Das Metaversum. Neue Plattform für den Konsum von Werbeinhalten
 - 2.1.1. Der Big Bang. Ursprung der Werbung
 - 2.1.2. Serotonin: der Motor, der Avatare bewegt
 - 2.1.3. Unmittelbarkeit, ein neues Maß für Zufriedenheit
- 2.2. Umleitung des Verkehrs auf Metaversum: Übergang von *Funnel*- zu Konversionsatmosphären
 - 2.2.1. Werbung als ein Molekül, das digitale Ökosysteme umhüllt
 - 2.2.2. Bewohner eines Metaversums
 - 2.2.3. Endosphäre des Metaversums
- 2.3. Umwandlung des Metaversums: Monetarisierung der Atmosphären
 - 2.3.1. Rentabilität
 - 2.3.2. Bekanntheit, Konversion, *Retargeting* und Loyalität
 - 2.3.3. Einkaufen: der Treibstoff des Metaversums
- 2.4. Werbemittelbarrieren Traditionell vs. Metaversum
 - 2.4.1. Traditionelle Werbung. Support
 - 2.4.2. Metaversum: dreidimensionaler Medienkreislauf
 - 2.4.3. Wandel der Werbetraditionen
- 2.5. Der *Funnel* des Metaversums: ein dreidimensionaler Trichter
 - 2.5.1. Kontakte
 - 2.5.2. Interessenten
 - 2.5.3. Kunden
- 2.6. KPIs im Metaversum: Messung der Wirkung von Werbung in einem immersiven Raum
 - 2.6.1. Aufmerksamkeit
 - 2.6.2. Interesse
 - 2.6.3. Entscheidung
 - 2.6.4. Aktion
 - 2.6.5. Erinnerung
- 2.7. Werbung im Metaversum
 - 2.7.1. Die digitale Entwicklung der Sinne im Metaversum: Die Täuschung des Geistes
 - 2.7.2. Benutzer durch noch nie dagewesene dreidimensionale Erfahrungen fesseln
 - 2.7.3. Neue dreidimensionale Medien
- 2.8. NFTs: die neuen Treueclubs
 - 2.8.1. Loyalität kaufen
 - 2.8.2. Angenommene Exklusivität
 - 2.8.3. Die NFT als Identifikationsmerkmal im Metaversum
- 2.9. Verbrauchererfahrungen im Metaversum
 - 2.9.1. Das Produkt näher an den Kunden heranbringen
 - 2.9.2. Grenzen dreidimensionaler Umgebungen: die sechs Sinne
 - 2.9.3. Kontrollierte Umgebungen generieren
- 2.10. Marketing-Erfolgsgeschichten im Metaversum
 - 2.10.1. Avatares
 - 2.10.2. Wirtschaft
 - 2.10.3. *Gaming*

Modul 3. Ökosystem und Hauptakteure im Metaversum

- 3.1. Offene Innovationsökosysteme in der Metaversum-Industrie
 - 3.1.1. Zusammenarbeit bei der Entwicklung von offenen Ökosystemen
 - 3.1.2. Offene Innovationsökosysteme in der Metaversum-Industrie
 - 3.1.3. Einfluss von Ökosystemen auf das Wachstum des Metaversums
- 3.2. *Opensource*-Projekte. Katalysatoren für die technologische Entwicklung
 - 3.2.1. *Opensource* als Beschleuniger von Innovationen
 - 3.2.2. Integration von *Opensource*-Projekten. Ein vollständiger Überblick
 - 3.2.3. Offene Standards und Technologien als Beschleuniger
- 3.3. Web 3.0-Gemeinschaften
 - 3.3.1. Der Prozess der Schaffung und Entwicklung von Gemeinschaften
 - 3.3.2. Beitrag von Gemeinschaften zum technologischen Fortschritt
 - 3.3.3. Die wichtigsten Web 3.0-Communities
- 3.4. Netzwerke und soziale Beziehungen im Internet
 - 3.4.1. Technologien, die neue Formen der Beziehung zueinander ermöglichen
 - 3.4.2. Physische und digitale Umgebungen für den Aufbau von Web3-Gemeinschaften
 - 3.4.3. Die Entwicklung von sozialen Netzwerken des Web2 zum Web3
- 3.5. Nutzer, Unternehmen und Ökosystem. Fortschritte im Metaversum
 - 3.5.1. Metaversen mit einer Web 3.0-Vision
 - 3.5.2. Unternehmen, die in das Metaversum investieren
 - 3.5.3. Das Ökosystem, das es ermöglicht, eine Komplettlösung anzubieten
- 3.6. Ersteller von Inhalten im Metaversum
 - 3.6.1. Digitale Nomaden
 - 3.6.2. Unternehmen, die einen neuen Kanal für Kundenbeziehungen aufbauen
 - 3.6.3. *Influencer*, *Streamers* oder *Gamer* als *Early Adopters*
- 3.7. Anbieter von Erfahrungen im Metaversum
 - 3.7.1. Neu erfundene Vertriebskanäle
 - 3.7.2. Immersive Erlebnisse
 - 3.7.3. Faire und transparente Anpassung



- 3.8. Dezentralisierung und technologische Infrastruktur im Metaversum
 - 3.8.1. Verteilte und dezentralisierte Technologien
 - 3.8.2. Proof of Work vs. Proof of Stake
 - 3.8.3. Wichtige Technologieebenen für die Entwicklung des Metaversums
- 3.9. Menschliche Schnittstelle, elektronische Geräte, die das Metaversum erlebbar machen
 - 3.9.1. Das Erlebnis, das die bestehenden technologischen Geräte bieten
 - 3.9.2. Fortgeschrittene Technologien im Metaversum
 - 3.9.3. Erweiterte Realität (XR) als Eintauchen in das Metaversum
- 3.10. Inkubatoren, Beschleuniger und Investitionsvehikel im Metaversum
 - 3.10.1. Inkubatoren und Acceleratoren für die Unternehmensentwicklung im Metaversum
 - 3.10.2. Finanzierung und Investitionen im Metaversum
 - 3.10.3. Anziehen von *Smart Capital*

“*Schreiben Sie sich jetzt ein und entscheiden Sie sich für ein vollständig digitales Studium, das sich an Sie und Ihre Bedürfnisse anpasst, um Ihre Karriere auf die neuen digitalen Trends auszurichten*”

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 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"

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 an den Grundlagen der traditionellen Universitäten auf der ganzen Welt rüttelt”



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



Der Student wird durch gemeinschaftliche Aktivitäten und reale Fälle lernen, wie man komplexe Situationen in realen Geschäftsumgebungen löst.

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 Fallmethode ist das am weitesten verbreitete Lernsystem an den besten Informatikschulen 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 konfrontieren wir Sie in der Fallmethode, einer handlungsorientierten Lernmethode.

Während des gesamten Kurses 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.

*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 zu spezialisieren. 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 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 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 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 für Fertigkeiten und Kompetenzen

Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Kompetenzen und Fertigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Übungen und Aktivitäten 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 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. 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.



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.



06

Qualifizierung

Der Universitätsexperte in Marketing im Metaversum garantiert neben der präzisesten und aktuellsten Fortbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologischen Universität ausgestellten Diplom.



“

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

Dieser **Universitätsexperte in Marketing im Metaversum** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

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

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

Titel: **Universitätsexperte in Marketing im Metaversum**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **450 Std.**



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

zukunft

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

tech technologische
universität

Universitätsexperte

Marketing im Metaversum

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

Universitätsexperte

Marketing im Metaversum

