

Universitätsexperte

Kommunikation im Digitalen Umfeld



Universitätsexperte

Kommunikation im Digitalen Umfeld

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Internetzugang: www.techtitute.com/de/journalismus-kommunikation/spezialisierung/spezialisierung-kommunikation-digitalen-umfeld

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

In den letzten Jahren hat sich die Unternehmenskommunikation durch das Wachstum und die Konsolidierung des digitalen Umfelds tiefgreifend verändert, ein Umstand, der Fachleute dazu gezwungen hat, ihr Wissen zu erneuern, um den neuen Herausforderungen, die dieser Wandel mit sich bringt, erfolgreich zu begegnen. Mit diesem akademischen Programm in Kommunikation im digitalen Umfeld werden die Studenten ihre Facette als Kommunikatoren vertiefen und die notwendigen Fähigkeiten entwickeln, um digitale Inhalte zu erstellen und zu produzieren sowie Online-Kommunikationskampagnen und -pläne zu entwerfen.





“

Eine hochwertige Weiterbildung, die Journalisten und Kommunikatoren bei der Ausübung ihres Berufs zum Erfolg verhilft"

Kommunikation ist zu einer unabdingbaren Voraussetzung für das Erreichen der meisten Ziele eines Unternehmens geworden. Das komplexe digitale Ökosystem, in dem sie stattfindet, erfordert von Journalisten und Kommunikationsfachleuten ein großes Wissen über die Veränderungen und Trends, die in diesem System auftreten können.

Die Vorherrschaft der Massenmedien wurde ihnen von den sozialen Netzwerken genommen, und die bidirektionale Natur der letzteren zwingt den Kommunikationsmanager eines Unternehmens, sich mit Wissen und Fähigkeiten zu wappnen, die es ihm ermöglichen, die üblichen Krisen zu bewältigen, die zum Beispiel ein einfacher Kommentar eines Nutzers auslösen kann.

Die Rolle des Kommunikators in einem Unternehmen ist also wichtiger denn je geworden. Es reicht nicht mehr aus, zu wissen, wie man eine Botschaft vermittelt; man muss jetzt auch wissen, wie man sich einen Weg in die Psyche eines Publikums bahnt, das mit Informationen bombardiert wird, die von Algorithmen auf seine Bedürfnisse zugeschnitten sind und um jeden Preis seine Aufmerksamkeit erregen wollen. In diesem Kampf um die Zeit der Verbraucher, Kunden und Nutzer kommt es darauf an, Informationen klug und mit flexiblen Zielen zu verwalten.

Kurz gesagt, es handelt sich um ein Programm von großer Qualität und Vision, das auf die Anforderungen zugeschnitten ist, die die Arbeitswelt an Kommunikatoren stellt, und dessen Ziel es ist, Studenten zu Spitzenleistungen im Bereich der Kommunikation im digitalen Umfeld zu führen. Das 100%ige Online-Format ermöglicht es den Studenten, ihre Studienzeiten nach eigenem Ermessen zu gestalten, ohne dass sie zu einem Bildungszentrum reisen müssen.

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

- ♦ Die Entwicklung von Fallstudien, die von Experten für Unternehmenskommunikation vorgestellt werden
- ♦ Sein anschaulicher, schematischer und äußerst praktischer Inhalt liefert wissenschaftliche und praktische Informationen zu den Disziplinen, die für die berufliche Praxis unerlässlich sind
- ♦ Neue Entwicklungen in der Unternehmenskommunikation
- ♦ Die praktischen Übungen, bei denen der Selbstbewertungsprozess zur Verbesserung des Lernens durchgeführt werden kann
- ♦ Sein besonderer Schwerpunkt liegt auf innovativen Methoden in den Bereichen Journalismus und Kommunikation im Digitalen Umfeld
- ♦ Das interaktive Lernsystem auf der Grundlage von Algorithmen für die Entscheidungsfindung im Journalismus und in der digitalen Kommunikation
- ♦ 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



Arbeiten Sie mit den besten Fachleuten auf diesem Gebiet zusammen, dank dieses Universitätsexperten mit einem hervorragenden Lehrplan"

“

Das Berufsfeld des Journalismus hat sich in den letzten Jahren stark diversifiziert. Eine der Berufsmöglichkeiten mit mehr Beschäftigungsmöglichkeiten liegt heute im Bereich der Kommunikation im digitalen Umfeld”

Das Dozententeam des Programms besteht aus Experten aus dem Bereich Journalismus und Kommunikation, die ihre Erfahrungen in diese Fortbildung einbringen, sowie aus anerkannten Fachleuten aus führenden Unternehmen und renommierten Universitäten.

Die multimedialen Inhalte, die mit den neuesten Bildungstechnologien entwickelt wurden, werden der Fachkraft ein situierendes und kontextbezogenes Lernen ermöglichen, d. h. eine simulierte Umgebung, die ein immersives Studienprogramm für die Fortbildung in realen Situationen bietet.

Das Konzept dieses Studiengangs konzentriert sich auf problemorientiertes Lernen, bei dem der Student versuchen muss, die verschiedenen Situationen der beruflichen Praxis zu lösen, die im Laufe des Studiengangs auftreten. Dabei wird er von einem innovativen interaktiven Videosystem unterstützt, das von anerkannten Experten auf dem Gebiet der Kommunikation im Digitalen Umfeld entwickelt wurde.

Werden Sie ein exzellenter Journalist und lernen Sie, mit vollem Erfolg in den Kommunikationsabteilungen von Unternehmen aller Branchen zu arbeiten.

TECH bietet Ihnen das beste akademische Programm auf dem Markt für digitale Kommunikation. Sie müssen nur den Wunsch zum Studieren mitbringen.



02 Ziele

Dieses Programm soll die Fähigkeiten stärken und helfen, Kompetenzen und Fertigkeiten im Bereich der Kommunikation zu entwickeln, die für die berufliche Entwicklung als Journalist und Kommunikator unerlässlich sind. Nach Abschluss des Programms wird der Student in der Lage sein, konkrete Maßnahmen zu definieren und umzusetzen, sei es als Teil der Pressestelle eines Unternehmens oder als spezialisierter Journalist. Auf diese Weise werden sie sich als erfolgreiche Fachleute positionieren, die über große Kompetenzen verfügen und in der Lage sind, Projekte unterschiedlicher Größenordnung zu managen.





“

Wenn es Ihr Ziel ist, sich als Journalist und Kommunikator in Unternehmen weiterzuentwickeln und erfolgreiche digitale Strategien zu entwickeln, ist dieses Programm ideal für Sie"



Allgemeine Ziele

- ♦ Erwerben eines umfassenden und professionellen Überblicks über das Kommunikationsumfeld und Erkennen der Besonderheiten des Sektors sowie seiner Auswirkungen auf das gesamte Unternehmensgefüge
- ♦ Erwerben von grundlegenden und fortgeschrittenen Kenntnissen, damit Sie in der Lage sind, neue Kommunikationsökosysteme zu schaffen
- ♦ Stärken von Management-, Analyse-, Kreativitäts- und Führungsfähigkeiten als Hauptkompetenzen der Unternehmenskommunikation
- ♦ Entwickeln ausgezeichneter schriftlicher und mündlicher, verbaler und nonverbaler Kommunikationsfähigkeiten
- ♦ Erwerben der ethischen Verantwortung, die notwendig ist, um die Aufgaben eines digitalen Kommunikators zu erfüllen
- ♦ Entwickeln von kritischem Denken
- ♦ Erkennen von Gelegenheiten und in der Lage sein, sich durch einen kritischen Blick auf die eigene Arbeit weiterzuentwickeln
- ♦ Verbessern der Agilität bei der Entscheidungsfindung durch Beobachtung, Analyse, Interpretation und Handeln in Bezug auf professionelle Kriterien durch kritische Berichterstattung
- ♦ Verstehen und Wiedergeben des Kommunikationsprozesses in einer effektiven Art und Weise, die an jeden Kanal, jedes Unternehmensprofil und jedes Zielpublikum angepasst ist





Spezifische Ziele

Modul 1. Managementfähigkeiten

- ♦ Anwenden kreativer Prozesse auf den Bereich der Unternehmenskommunikation
- ♦ Implementieren präziser Metriken, die die Rendite des strategischen Managements von immateriellen Gütern mit konsolidierten nichtfinanziellen Indikatoren und mit direkten Auswirkungen auf das Geschäft nachweisen
- ♦ Identifizieren der Zielgruppen der Medien
- ♦ Effektives Verwalten der Kommunikationsabteilung einer Organisation in all ihren Aspekten

Modul 2. Kommunikation, Markenstrategie und Reputation

- ♦ Entwickeln innovativer Strategien und Maßnahmen zur Verbesserung der Management- und Geschäftseffizienz
- ♦ Planen und Ausführen von umfassenden Kommunikationsplänen

Modul 3. Kommunikationsstrategie im digitalen Umfeld

- ♦ In der Lage sein, einen erfolgreichen *Social Media*-Plan auf der Grundlage eines Zeitplans und eines Budgets zu erstellen
- ♦ Kennen der wichtigsten digitalen Tools für die Erstellung von Strategien

Modul 4. Performance and Inbound Marketing

- ♦ Messen der Online-Reputation einer Marke
- ♦ Entwickeln von Strategien zur Kundenbindung über das Internet und Entwerfen eines digitalen Kommunikationsplans

03

Kursleitung

Dieses akademische Programm verfügt über den spezialisiertesten Lehrkörper auf dem aktuellen Bildungsmarkt. Es handelt sich um Spezialisten, die von TECH ausgewählt wurden, um den gesamten Studiengang zu entwickeln. Auf diese Weise haben sie auf der Grundlage ihrer eigenen Erfahrung und der neuesten Erkenntnisse die aktuellsten Inhalte entworfen, die eine Qualitätsgarantie für ein so relevantes Thema bieten.



“

*TECH bietet Ihnen den spezialisiertesten
Lehrkörper in diesem Fachgebiet. Schreiben
Sie sich jetzt ein und genießen Sie die
Qualität, die Sie verdienen”*

Direttore Ospite Internazionale

Wendy Thole-Muir, Gewinnerin des „International Content Marketing Awards“ für ihre Kreativität, Führungsqualitäten und die Qualität ihrer informativen Inhalte, ist eine renommierte Kommunikationsdirektorin, die sich auf den Bereich des Reputationsmanagements spezialisiert hat.

In diesem Sinne hat sie eine solide berufliche Laufbahn von mehr als zwei Jahrzehnten in diesem Bereich entwickelt, die sie zu renommierten internationalen Referenzunternehmen wie Coca-Cola geführt hat. Zu ihren Aufgaben gehören die Überwachung und das Management der Unternehmenskommunikation sowie die Kontrolle des Unternehmensimages. Unter anderem hat sie die Implementierung der internen Interaktionsplattform Yammer geleitet. Dank dieser Plattform konnten die Mitarbeiter ihr Engagement für die Marke erhöhen und eine Gemeinschaft schaffen, die die Informationsübermittlung deutlich verbessert hat.

Außerdem war sie für die Kommunikation der strategischen Investitionen der Unternehmen in verschiedenen afrikanischen Ländern zuständig. Ein Beispiel dafür ist, dass sie den Dialog über bedeutende Investitionen in Kenia geleitet hat, um das Engagement der Unternehmen für die wirtschaftliche und soziale Entwicklung des Landes zu unterstreichen. Zudem hat sie zahlreiche Auszeichnungen für ihre Fähigkeit erhalten, die Wahrnehmung der Unternehmen in allen Märkten, in denen sie tätig ist, zu steuern. Auf diese Weise hat sie dafür gesorgt, dass die Unternehmen ein hohes Ansehen genießen und die Verbraucher sie mit hoher Qualität in Verbindung bringen.

Darüber hinaus hat sie in ihrem festen Engagement für Spitzenleistungen aktiv an renommierten globalen Konferenzen und Symposien teilgenommen, um Informationsexperten dabei zu helfen, an der Spitze der ausgefeiltesten Techniken zur Entwicklung erfolgreicher strategischer Kommunikationspläne zu bleiben. Auf diese Weise hat sie zahlreichen Experten geholfen, institutionelle Krisensituationen vorausszusehen und negative Ereignisse effektiv zu bewältigen.



Fr. Thole-Muir, Wendy

- ♦ Direktorin für strategische Kommunikation und Unternehmensreputation bei Coca-Cola, Südafrika
- ♦ Leiterin der Abteilung Unternehmensreputation und Kommunikation bei ABI at SABMiller in Löwen, Belgien
- ♦ Kommunikationsberaterin bei ABI, Belgien
- ♦ Beraterin für Reputation und Kommunikation bei Third Door in Gauteng, Südafrika
- ♦ Masterstudiengang in Sozialverhaltensforschung an der Universität von Südafrika
- ♦ Masterstudiengang in Kunst mit Spezialisierung in Soziologie und Psychologie an der Universität von Südafrika
- ♦ Hochschulabschluss in Politikwissenschaft und Industriesoziologie an der Universität von KwaZulu-Natal
- ♦ Hochschulabschluss in Psychologie an der Universität von Südafrika

“

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

04

Struktur und Inhalt

Die Struktur der Inhalte wurde von einem Team von Fachleuten aus den Bereichen Journalismus, Marketing und Kommunikation erstellt, die sich der zwingenden Relevanz von Fortbildung und Aktualisierung in diesem Bereich als Mittel zur Vertiefung des Wissensbereichs bewusst sind. Sie haben einen sehr vollständigen Lehrplan entworfen, der speziell darauf ausgerichtet ist, Fachleuten aus den Informationswissenschaften modernste Kenntnisse über die Besonderheiten und Merkmale der Welt der digitalen Kommunikation zu vermitteln. So wird der Student nach Abschluss der Weiterbildung darauf vorbereitet sein, in diesem Bereich autonomer und kompetenter zu arbeiten.



“

TECH verfügt über das umfassendste und aktuellste Studienprogramm auf dem Markt, das Ihnen den Einstieg in eine aufregende Welt mit allen Erfolgsgarantien ermöglicht"

Modul 1. Managementfähigkeiten

- 1.1. Rhetorik und Schulung von Pressesprechern
 - 1.1.1. Zwischenmenschliche Kommunikation
 - 1.1.2. Kommunikationsfähigkeit und Einflussnahme
 - 1.1.3. Kommunikationsbarrieren
- 1.2. Kommunikation und Führung
 - 1.2.1. *Leadership* und Führungsstile
 - 1.2.2. Motivation
 - 1.2.3. Fähigkeiten und Fertigkeiten der Führungskraft 2.0
- 1.3. Persönliches *Branding*
 - 1.3.1. Strategien für persönliches *Branding*
 - 1.3.2. Regeln des *Personal Branding*
 - 1.3.3. Instrumente zum Aufbau einer persönlichen Marke
- 1.4. Teammanagement
 - 1.4.1. Arbeitsteams und Leitung von Meetings
 - 1.4.2. Management von Veränderungsprozessen
 - 1.4.3. Leitung multikultureller Teams
 - 1.4.4. *Coaching*
- 1.5. Verhandlungsführung und Konfliktmanagement
 - 1.5.1. Wirksame Verhandlungstechniken
 - 1.5.2. Interpersonelle Konflikte
 - 1.5.3. Interkulturelle Verhandlung
- 1.6. Emotionale Intelligenz
 - 1.6.1. Emotionale Intelligenz und Kommunikation
 - 1.6.2. Durchsetzungsvermögen, Einfühlungsvermögen und aktives Zuhören
 - 1.6.3. Selbstwertgefühl und emotionale Sprache
- 1.7. Beziehungskapital: *Coworking*
 - 1.7.1. Verwaltung des Humankapitals
 - 1.7.2. Leistungsanalyse
 - 1.7.3. Gleichstellung und Diversitätsmanagement
 - 1.7.4. Innovation im Personalmanagement

- 1.8. Zeitmanagement
 - 1.8.1. Planung, Organisation und Kontrolle
 - 1.8.2. Methodik des Zeitmanagements
 - 1.8.3. Aktionspläne
 - 1.8.4. Instrumente für effektives Zeitmanagement

Modul 2. Kommunikation, Markenstrategie und Reputation

- 2.1. Unternehmensidentität und strategische Vision
 - 2.1.1. Identität und Neudefinition der Unternehmenswerte
 - 2.1.2. Unternehmenskultur
 - 2.1.3. Herausforderungen für die Kommunikationsabteilung
 - 2.1.4. Image und öffentliche Projektion
- 2.2. Strategie der Unternehmensmarke
 - 2.2.1. Öffentliches Image und *Stakeholder*
 - 2.2.2. Strategie und Management des *Corporate Branding*
 - 2.2.3. Strategie der Unternehmenskommunikation im Einklang mit der Markenidentität
- 2.3. Reputationstheorie
 - 2.3.1. Reputation als Paradigma für ein gutes Unternehmen
 - 2.3.2. Das Konzept der Unternehmensreputation
 - 2.3.3. Interne Reputation
 - 2.3.4. Der Einfluss der Internationalisierung auf Unternehmensreputation
- 2.4. Reputationsbewertung
 - 2.4.1. Das Audit der Unternehmensreputation
 - 2.4.2. *Listed Companies Reputation Monitor*
 - 2.4.3. Reputationsindex für gute Unternehmensführung
 - 2.4.4. Analyse der sektoralen Reputation
- 2.5. Reputationsmanagement
 - 2.5.1. Verwaltung der Unternehmensreputation
 - 2.5.2. Fokus auf Markenreputation
 - 2.5.3. Management der Reputation von Führungskräften
- 2.6. Management von Reputationsrisiken und Krisen
 - 2.6.1. Zuhören und Wahrnehmungen steuern
 - 2.6.2. Verfahren, Krisenhandbuch und Krisenpläne
 - 2.6.3. Schulung von Pressesprechern für Krisenfälle

- 2.7. Ethische Nachhaltigkeit
 - 2.7.1. Strategie und Nachhaltigkeitskriterien
 - 2.7.2. Kommunikationskampagnen mit Nachhaltigkeitskriterien
 - 2.7.3. Positionierung und nachhaltiges Markenimage
- 2.8. Metriken und Analysen zu Marke und Reputation
 - 2.8.1. Einführung in die Metrik der Unternehmensmarke
 - 2.8.2. Interne und externe Messraten
 - 2.8.3. Instrumente zur Markenverwaltung
 - 2.8.4. Rankings und Markenbewertung

Modul 3. Kommunikationsstrategie im digitalen Umfeld

- 3.1. Web 2.0 oder soziales Web
 - 3.1.1. Die Organisation im Zeitalter der Konversation
 - 3.1.2. Web 2.0 sind Menschen
 - 3.1.3. Digitales Umfeld und neue Kommunikationsformate
- 3.2. Kommunikation und digitaler Ruf
 - 3.2.1. Online-Reputationsbericht
 - 3.2.2. Netiquette und gute Praktiken in sozialen Netzwerken
 - 3.2.3. *Branding* und *Networking 2.0*
- 3.3. Entwurf und Planung eines Plans für die Online-Reputation
 - 3.3.2. Plan zur Markenreputation
 - 3.3.3. Allgemeine Metriken, ROI und soziales CRM
 - 3.3.4. Online-Krise und Reputations-SEO
- 3.4. Allgemeine, professionelle und Mikroblogging-Plattformen
 - 3.4.1. Facebook
 - 3.4.2. LinkedIn
 - 3.4.3. Google +
 - 3.4.4. Twitter
- 3.5. Video-, Bild- und Mobilitätsplattformen
 - 3.5.1. YouTube
 - 3.5.2. Instagram
 - 3.5.3. Flickr
 - 3.5.4. Vimeo
 - 3.5.5. Pinterest

- 3.6. Inhaltsstrategie und *Storytelling*
 - 3.6.1. *Corporate Blogging*
 - 3.6.2. *Content Marketing*-Strategie
 - 3.6.3. Erstellung eines Inhaltsplans
 - 3.6.4. Strategie zur Aufbereitung von Inhalten
- 3.7. Strategien für *Social Media*
 - 3.7.1. Öffentlichkeitsarbeit und soziale Medien für Unternehmen
 - 3.7.2. Festlegung der für jedes Medium zu verfolgenden Strategie
 - 3.7.3. Analyse und Bewertung der Ergebnisse
- 3.8. *Community Management*
 - 3.8.1. Rolle, Aufgaben und Zuständigkeiten des *Community Managers*
 - 3.8.2. *Social Media Manager*
 - 3.8.3. *Social Media Strategist*
- 3.9. *Social Media Plan*
 - 3.9.1. Entwurf eines Plans für *Social Media*
 - 3.9.2. Zeitplan, Budget, Erwartungen und Überwachung
 - 3.9.3. Notfallprotokoll für den Krisenfall
- 3.10. Online-Überwachungstools
 - 3.10.1. Verwaltungstools und Desktop-Anwendungen
 - 3.10.2. Überwachungs- und Erhebungsinstrumente

Modul 4. Performance and Inbound Marketing

- 4.1. *Permission Marketing*
 - 4.1.1. Wie erhält man die Erlaubnis des Nutzers?
 - 4.1.2. Personalisierung der Nachricht
 - 4.1.3. E-Mail-Bestätigung oder *Double Opt-in*
- 4.2. Strategie und Leistungstechniken
 - 4.2.1. *Performance Marketing*: Ergebnisse
 - 4.2.2. Digitaler Medienmix
 - 4.2.3. Die Bedeutung des Trichters

- 4.3. Entwicklung von Partnerschaftskampagnen
 - 4.3.1. Partneragenturen und Partnerschaftsprogramme
 - 4.3.2. *Postview*
 - 4.3.3. Gestaltung von Partnerprogrammen
 - 4.3.4. Optimierung und Display von Kampagnen
- 4.4. Einführung eines Partnerschaftsprogramms
 - 4.4.1. Partnerschaftsnetzwerke und direkte Zugehörigkeit
 - 4.4.2. Überwachung und Leistungsanalyse
 - 4.4.3. Betrugskontrolle
- 4.5. Entwicklung von E-Mailing-Kampagnen
 - 4.5.1. Abonnenenlisten, *Leads* und Kunden
 - 4.5.2. Tools und Ressourcen für das E-Mail-Marketing
 - 4.5.3. Online-Texterstellung für E-Mail-Marketingkampagnen
- 4.6. Metriken im E-Mail-Marketing
 - 4.6.1. Liste der Metriken
 - 4.6.2. Metriken für den *Newsletter*-Versand
 - 4.6.3. Konversionsmetriken
- 4.7. *Inbound Marketing*
 - 4.7.1. *Wirksames Inbound Marketing*
 - 4.7.2. *Vorteile des Inbound Marketing*
 - 4.7.3. *Messung des Inbound Marketing-Erfolgs*
- 4.8. Zielgerichtete Forschung
 - 4.8.1. *Consumer Intent Modelling & Buyer Personas*
 - 4.8.2. *Customer Journey Mapping*
 - 4.8.3. *Content Strategy*
- 4.9. Optimierung der Inhalte
 - 4.9.1. Optimierung der Inhalte für Suchmaschinen
 - 4.9.2. Erstellung von Inhalten
 - 4.9.3. Dynamisierung der Inhalte
- 4.10. Umrechnung
 - 4.10.1. *Lead Capturing & CRO*
 - 4.10.2. *Lead Nurturing & Marketing Automation*





“

Eine einzigartige, wichtige und entscheidende akademische Erfahrung, die Ihre berufliche Entwicklung fördert"

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.



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

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 Fallstudienmethode ist das am weitesten verbreitete Lernsystem an den besten Business Schools der Welt, seit es sie gibt. Die Fallmethode wurde 1912 entwickelt, damit die Jurastudenten das Recht nicht nur anhand theoretischer Inhalte erlernen, sondern ihnen reale, komplexe Situationen vorlegen, damit sie fundierte Entscheidungen treffen und Werturteile darüber fällen können, wie diese zu lösen sind. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard eingeführt.

Was sollte eine Fachkraft in einer bestimmten Situation tun? Mit dieser Frage konfrontieren wir Sie in der Fallmethode, einer handlungsorientierten Lernmethode. Während des gesamten Programms werden Sie mit mehreren realen Fällen konfrontiert. Sie müssen Ihr gesamtes Wissen integrieren, recherchieren, argumentieren und Ihre Ideen und Entscheidungen verteidigen.

Relearning Methodik

TECH kombiniert die Methodik der Fallstudien effektiv mit einem 100%igen Online-Lernsystem, das auf Wiederholung basiert und in jeder Lektion 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 kombinieren wir jedes dieser Elemente konzentrisch. Mit dieser Methode wurden mehr als 650.000 Hochschulabsolventen mit beispiellosem Erfolg in so unterschiedlichen Bereichen wie Biochemie, Genetik, Chirurgie, internationales Recht, Managementfähigkeiten, Sportwissenschaft, Philosophie, Recht, Ingenieurwesen, Journalismus, Geschichte, Finanzmärkte und -Instrumente ausgebildet. Dies alles in einem sehr anspruchsvollen Umfeld mit einer Studentenschaft mit hohem sozioökonomischem Profil und einem Durchschnittsalter von 43,5 Jahren.

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

Nach den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen der Neurowissenschaften wissen wir nicht nur, wie wir Informationen, Ideen, Bilder und Erinnerungen organisieren, sondern auch, dass der Ort und der Kontext, in dem wir etwas gelernt haben, von grundlegender Bedeutung dafür sind, dass wir uns daran erinnern und es im Hippocampus speichern können, um es in unserem Langzeitgedächtnis zu behalten.

Auf diese Weise sind die verschiedenen Elemente unseres Programms im Rahmen des so genannten neurokognitiven kontextabhängigen E-Learnings mit dem Kontext verbunden, in dem der Teilnehmer seine berufliche Praxis entwickelt.



Dieses Programm bietet die besten Lehrmaterialien, die sorgfältig für Fachleute aufbereitet sind:



Studienmaterial

Alle didaktischen Inhalte werden von den Fachleuten, die den Kurs unterrichten werden, speziell für den Kurs erstellt, so dass die didaktische Entwicklung wirklich spezifisch und konkret ist.

Diese Inhalte werden dann auf das audiovisuelle Format angewendet, um die TECH-Online-Arbeitsmethode zu schaffen. Und das alles mit den neuesten Techniken, die dem Studenten qualitativ hochwertige Stücke aus jedem einzelnen Material zur Verfügung stellen.



Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt.

Das sogenannte Learning from an Expert baut Wissen und Gedächtnis auf und schafft Vertrauen für zukünftige schwierige Entscheidungen.



Fertigkeiten und Kompetenzen Praktiken

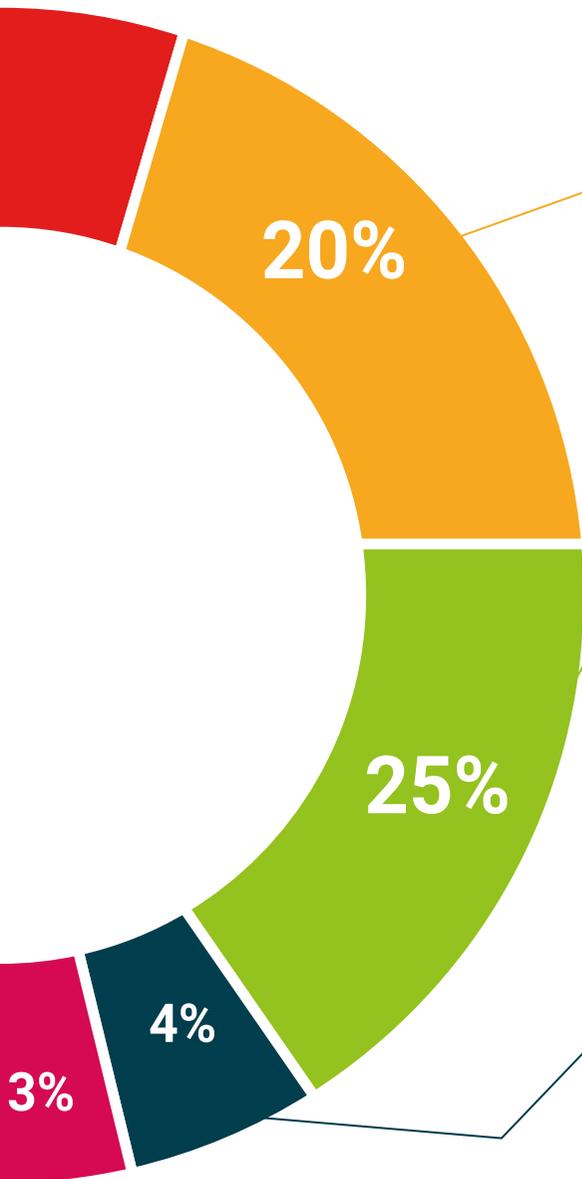
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Kompetenzen und Fertigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Praktiken und Dynamiken zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein Spezialist im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



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 Universitätsexperte in Kommunikation im Digitalen Umfeld 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 Kommunikation im Digitalen Umfeld** 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: **Universitätsexperte in Kommunikation im Digitalen Umfeld**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **375 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 innovativ
wissen gegenwart qualität
online-Ausbildung
entwicklung institutionen
virtuelles Klassenzimmer

tech technologische
universität

Universitätsexperte

Kommunikation
im Digitalen Umfeld

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Universitätsexperte

Kommunikation im Digitalen Umfeld

