

# Universitätsexperte

Persönliche Marke  
und Digitale Identität



**tech** technologische  
universität

## Universitätsexperte Persönliche Marke und Digitale Identität

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

Internetzugang: [www.techtitude.com/de/journalismus-kommunikation/spezialisierung/spezialisierung-personliche-marke-digitale-identitat](http://www.techtitude.com/de/journalismus-kommunikation/spezialisierung/spezialisierung-personliche-marke-digitale-identitat)

# 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

Heutzutage ist eine Online-Präsenz für jeden Berufstätigen oder jedes Unternehmen, das sich in seinem Arbeitsbereich positionieren und abheben möchte, unerlässlich. Die persönliche Marke ist zu einem unverzichtbaren Instrument zur Erreichung dieses Ziels geworden, weshalb immer mehr Menschen versuchen, eine solide digitale Identität zu entwickeln, die mit ihrem beruflichen Image übereinstimmt. Dieser Studiengang zielt genau auf dieses Bedürfnis ab, indem er Studenten die Werkzeuge und Strategien an die Hand gibt, die für den Aufbau, die Verwaltung und die Pflege einer optimalen persönlichen Marke im digitalen Zeitalter erforderlich sind. Dazu werden Schlüsselkonzepte wie effektive Kommunikation, kritisches Denken und Problemlösung behandelt. Dieser Studiengang wird zu 100% online angeboten, was den Studenten maximale Flexibilität ermöglicht.





“

*Holen Sie sich mit diesem Universitätsexperten  
alle Grundlagen, um Ihre digitale Identität zu  
festigen"*

Es ist klar, dass die heutige Welt immer digitaler und gleichzeitig wettbewerbsintensiver geworden ist. Der Kampf um eine bevorzugte Positionierung im Internet ist hart und der Schlüssel zum Erfolg im beruflichen Bereich, insbesondere in so sensiblen und nutzerorientierten Bereichen wie der Kommunikation.

Daher befasst sich der **Universitätsexperte in Persönliche Marke und Digitale Identität** eingehend mit allem, was mit der persönlichen Marke und der digitalen Identität zusammenhängt, damit der Journalist oder Kommunikator die Sichtbarkeit seiner beruflichen Tätigkeit erhöhen kann. Das Programm umfasst mehrere Module, von denen sich eines auf *Networking* für den Aufbau einer persönlichen Marke konzentriert. Dieses Modul ist von grundlegender Bedeutung, da es ein leistungsfähiges Instrument für den Aufbau sinnvoller und dauerhafter Verbindungen ist, die Türen zu neuen Möglichkeiten und Kooperationen öffnen können. Ein weiterer wichtiger Schwerpunkt ist das Personal Branding auf LinkedIn, bei dem es darum geht, die Ziele der Nutzung von LinkedIn zu klären, ein Publikum von Followern aufzubauen, Content Leader und andere Community-Mitglieder zu identifizieren.

Der Student benötigt lediglich eine Internetverbindung und profitiert von einer 100%igen Online-Modalität, die ihm maximale Flexibilität bei der Organisation seiner akademischen Ressourcen nach seinen eigenen Bedürfnissen und Zeitplänen bietet. Darüber hinaus fördert die pädagogische *Relearning*-Methodik eine effiziente Spezialisierung dank einer schnelleren Verinnerlichung von Konzepten in dynamischen Studienressourcen, wie z. B. interaktiven Diagrammen oder Fallstudien.

Dieser **Universitätsexperte in Persönliche Marke und Digitale Identität** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Die hervorstechendsten Merkmale sind:

- ♦ Die Entwicklung von Fallstudien, die von Experten für persönliches Branding und digitale Identität vorgestellt werden
- ♦ Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt vermittelt alle für die berufliche Praxis unverzichtbaren Informationen
- ♦ Die praktischen Übungen, bei denen der Selbstbewertungsprozess zur Verbesserung des Lernens durchgeführt werden kann
- ♦ Sein besonderer Schwerpunkt liegt auf innovativen Methoden
- ♦ Theoretische Lektionen, Fragen an den Experten, Diskussionsforen zu kontroversen Themen und individuelle Reflexionsarbeit
- ♦ Die Verfügbarkeit des Zugriffs auf die Inhalte von jedem festen oder tragbaren Gerät mit Internetanschluss



*Spezialisieren Sie sich von zu Hause oder von einem beliebigen Ort aus und legen Sie den Grundstein, um sich als einflussreicher Kommunikator zu positionieren"*

“

*Verbessern Sie wichtige Fähigkeiten für den Aufbau Ihrer persönlichen Marke, wie z. B. Führungsqualitäten und kritisches Denken"*

Das Dozententeam des Programms besteht aus Experten des Sektors, die ihre Berufserfahrung in diese Fortbildung einbringen, sowie aus renommierten Fachleuten von 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.

*Konsultieren Sie dynamische Bildungsressourcen wie Videos oder interaktive Diagramme, um Reputationsstrategien für die persönliche Markenbildung zu entwickeln.*

*Schaffen Sie dank TECH leistungsstarke Netzwerke zur Unterstützung und Zusammenarbeit, um Ihre beruflichen Chancen zu verbessern.*



# 02 Ziele

Durch die Teilnahme an diesem Universitätsexperten erwirbt der Student wichtige Kenntnisse und Fähigkeiten, um die digitale Identität und die persönliche Marke eines Unternehmens auf effektive und strategische Weise zu verbessern. Das Programm befasst sich mit der Funktionsweise sozialer Netzwerke und anderer digitaler Tools, um die Online-Präsenz zu optimieren und den Ruf von Kommunikationsunternehmen im digitalen Umfeld zu verbessern. Auf diese Weise werden die Studenten Techniken beherrschen, um qualitativ hochwertige Inhalte zu erstellen und zu verwalten und eine kohärente und wirksame Kommunikationsstrategie zu entwickeln, die sie in die Lage versetzt, Spezialisten für die Verwaltung der Online-Präsenz eines Unternehmens zu werden.





“

*Starten Sie Ihre berufliche Karriere durch eine kohärente und positive digitale Identität. Worauf warten Sie, um sich einzuschreiben?"*



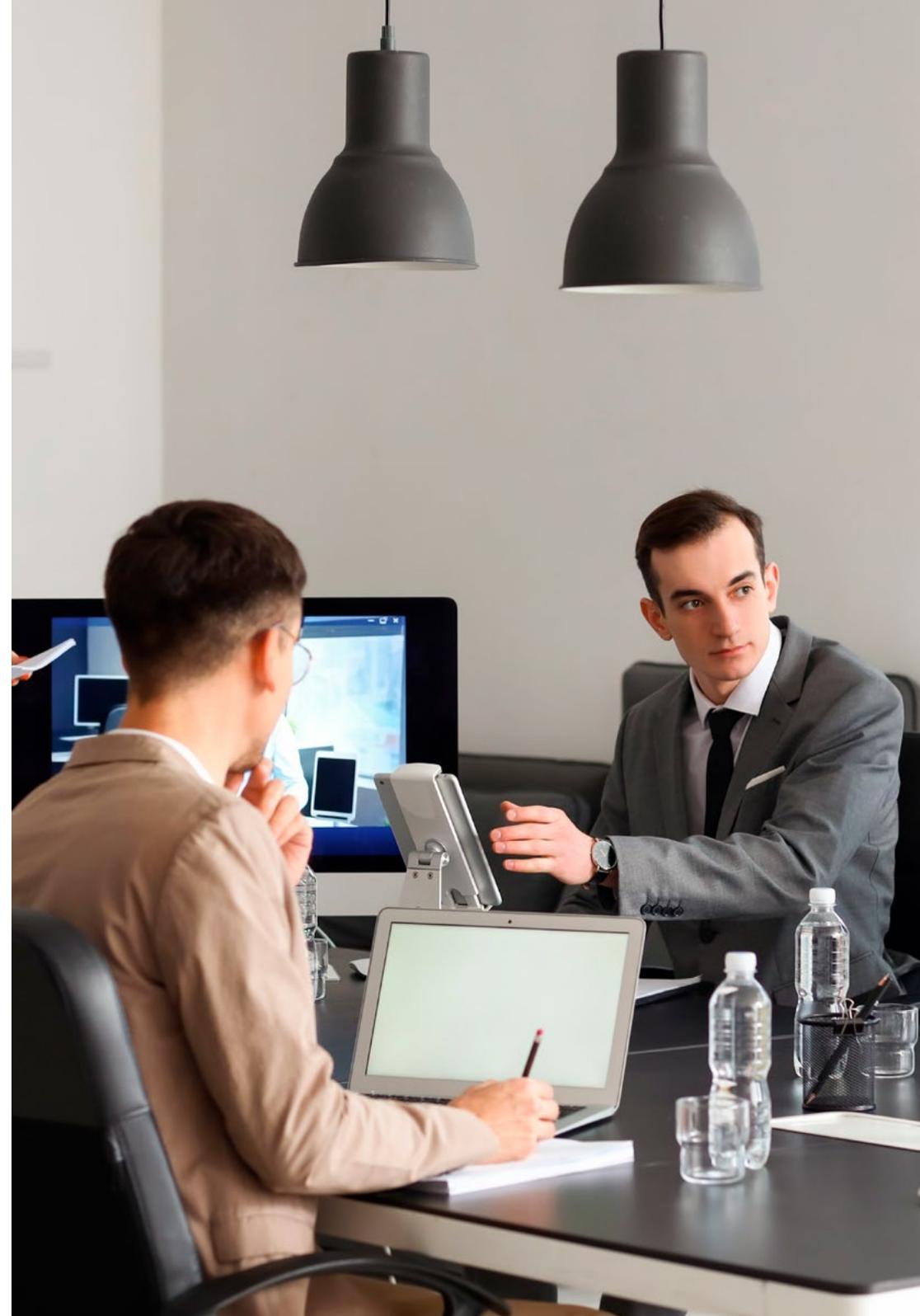
## Allgemeine Ziele

---

- ♦ Identifizieren und Definieren der wichtigsten Elemente zur effektiven Entwicklung und Verwaltung einer persönlichen Marke
- ♦ Entdecken der Elemente, die helfen werden, an der Identität der persönlichen Marke zu arbeiten und Kohärenz zu erreichen
- ♦ Erarbeiten der strategischen Elemente, die die Grundlage für die Botschaften und die persönliche Aussage bilden werden
- ♦ Entwickeln der Botschaft in ihren verschiedenen Formen, rational und emotional
- ♦ Konzipieren einer Inhaltsstrategie im Einklang mit der persönlichen Marke
- ♦ Untersuchen der Möglichkeiten, die die wichtigsten sozialen Plattformen für die Gestaltung effektiver Personal-Branding-Strategien bieten
- ♦ Identifizieren der Schritte für die Entwicklung eines strategischen Planes für die persönliche Marke in den sozialen Medien, Festlegung von Zielen und KPIs zur Messung der Ergebnisse
- ♦ Analysieren und Definieren der wichtigsten Elemente, die ein optimiertes LinkedIn-Profil ausmachen, und Zusammenstellen effektiver Strategien zur Stärkung der digitalen Präsenz auf dieser Plattform
- ♦ Bestimmen, wie der Prozess der Inhaltserstellung angegangen und verbessert werden kann
- ♦ Studieren von Erfolgsgeschichten im Bereich der persönlichen Markenbildung in verschiedenen Branchen



*Verschaffen Sie sich einen Einblick in die Arbeitsweise der Medien, Stakeholder und Meinungsführer"*





## Spezifische Ziele

---

### Modul 1. Aufbau einer Persönlichen Marke. *Personal Branding*, digitale Identität und Unternehmensreputation

- ♦ Entwickeln des Designs einer digitalen Identitätsstrategie, um ein Image zu projizieren, das mit den Markenwerten übereinstimmt
- ♦ Identifizieren des Verlaufs der persönlichen Marke, um eine globale Vision aller ihrer Phasen zu haben
- ♦ Kommunizieren einer kohärenten und positiven digitalen Identität
- ♦ Entwickeln von Fähigkeiten und Kompetenzen, die für das Management einer persönlichen Marke erforderlich sind
- ♦ Durchführen einer Strategie von Online- und Offline-Maßnahmen zur Monetarisierung der persönlichen Marke
- ♦ Entwickeln einer Strategie zur Aufrechterhaltung einer positiven Unternehmensreputation und wissen, wie man eine Reputationskrise bewältigt
- ♦ Erkennen des Bedarfs an Innovation, Pflege und ständiger Aktualisierung der persönlichen Marke und die dafür notwendigen Mittel kennen

### Modul 2. *Personal Branding* auf LinkedIn. Strategien für Sichtbarkeit und *Engagement* zum Aufbau einer persönlichen Marke auf LinkedIn

- ♦ Entwickeln einer wirksamen Strategie zur Optimierung des LinkedIn-Profiles, um ein starkes, glaubwürdiges Profil zu erstellen, das sich von der Masse abhebt
- ♦ Identifizieren der Inhaltsarten, die den größten Einfluss auf das LinkedIn-Publikum haben, als Grundlage für die Erstellung wertvoller und relevanter Inhalte zur Stärkung der beruflichen Reputation
- ♦ Bestimmen einer Inhaltsstrategie als Grundlage für einen Redaktionskalender mit Beiträgen, die das Wissen, die Geschichten, Gedanken und Botschaften vermitteln, die die persönliche Marke auf LinkedIn konkretisieren

- ♦ Untersuchen der effektiven Techniken, Formate und Stile für die Veröffentlichung von LinkedIn-Posts
- ♦ Beherrschen der Taktik für den Aufbau einer aktiven und engagierten Community auf LinkedIn durch den Einsatz von effektiven Strategien für Verbindung, Interaktion und Engagement
- ♦ Evaluieren und Analysieren der Leistung der LinkedIn-Strategie durch Überwachung der Metriken und Analyse der Aktivitäten und des Verhaltens der Zielgruppe, um die Strategie in Echtzeit anzupassen und zu verbessern

### Modul 3. *Networking* für den Aufbau einer persönlichen Marke. Netzwerke, Veranstaltungen und PR-Strategien als Instrumente des Wachstums

- ♦ Entwickeln einer auf die Ziele und das Publikum abgestimmte *Networking*-Strategie und Aufbauen eines soliden und wachsenden Netzwerks von Kontakten
- ♦ Implementieren strategischer Online- und Offline-Aktionen, um das Netzwerk von Kontakten zu erweitern
- ♦ Entwickeln von Kommunikationsfähigkeiten für effektives *Networking* in verschiedenen Bereichen und Kanälen der persönlichen und Online-Kommunikation
- ♦ Nutzen der Öffentlichkeitsarbeit, um die Sichtbarkeit und Autorität im Fachgebiet zu erhöhen
- ♦ Ermitteln, wie Medien, *Stakeholder* und Meinungsführer arbeiten, um ein starkes und strategisches Netzwerk aufzubauen
- ♦ Bewältigen von Reputationskrisen im Bereich *Networking* und Öffentlichkeitsarbeit
- ♦ Interpretieren der aus den Metriken gewonnenen Daten zur Bewertung der *Networking*- und Public-Relations-Strategie und ihrer Auswirkungen auf die persönliche Marke

# 03

## Kursleitung

Das Dozententeam von TECH wurde sorgfältig ausgewählt, um hoch angesehene und erfahrene Fachleute auf dem Gebiet des Branding einzubeziehen. Diese Fachleute haben in führenden Marketing- und Kommunikationsunternehmen gearbeitet und sind derzeit berufstätig, was den Studenten einen Mehrwert bietet, indem sie ihr Wissen und ihre praktischen Erfahrungen aus dem Alltag weitergeben. Dank ihres umfassenden beruflichen Hintergrunds bietet das Dozententeam eine aktuelle und qualitativ hochwertige Spezialisierung, die auf den neuesten Markttrends und -strategien basiert.



“

*Es wird Zeit, erfolgreich zu sein, indem Sie den Rat führender Experten für persönliche Marke und digitale Identität befolgen"*

## Leitung



### Fr. Vázquez Viaño, Laura María

- ♦ Marketingdirektorin und Leiterin der digitalen Strategie bei Torres y Carrera
- ♦ Direktorin für Kundendienste und *Chief Marketing Officer* bei Roi Scroll
- ♦ *Head of Social Media* und PR Digital bei Havas
- ♦ Senior Beraterin für Kommunikation und Social Media bei Best Relations
- ♦ Account Executive Junior Werbung und PR - Noa Nogueira
- ♦ Dozentin an der Europäischen Universität Miguel de Cervantes
- ♦ Dozentin an der Internationalen Marketingschule
- ♦ Dozentin an der Hochschule für Öffentlichkeitsarbeit von Barcelona
- ♦ Dozentin bei IEBS
- ♦ Hochschulabschluss in Werbung und Öffentlichkeitsarbeit. Zweifacher außerordentlicher Preis zum Abschluss des Studiums von der Xunta de Galicia und der Universität von Vigo
- ♦ Aufbaustudiengang in Suchmaschinen- und Social Media Marketing an der Universität von Barcelona

## Professoren

### Fr. García Sanz, Nagore

- ♦ Beraterin für Kommunikation
- ♦ Leiterin der Abteilung für Kommunikation in der Jugendabteilung des Provinzrats von Gipuzkoa
- ♦ Leiterin der Kommunikation für den Start der Kühne Business School
- ♦ Hochschulabschluss in Informationswissenschaften an der Universität des Baskenlandes
- ♦ Masterstudiengang in Digitales Marketing und Community Management an der Schule für Marketing und Web
- ♦ Experte in Informationsdienst und Bürgerdienste von der Universität von Salamanca
- ♦ Webmaster, Grafikdesign, Webprogrammierung und Digitales Marketing von der Designschule Área
- ♦ Dokumentenmanagement und Archivverwaltung von Eusko Ikaskuntza & Stiftung Asmoz
- ♦ Experte in Wirtschaft, Management und Technologie der Öffentlichen Innovation von der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften, Betriebswirtschaft und Tourismus der Universität von Alcalá

### Fr. Luque Diaz, Daniela

- ♦ Beraterin für persönliche Marken auf LinkedIn
- ♦ Koordinatorin für Marketingstrategie bei KIND APP in Schweden
- ♦ Koordinatorin für Kunstprogramme in der Abteilung für Kunst und Geisteswissenschaften an der New York University
- ♦ Management der Marketingstrategie für die Modeaccessoires-Kollektion der Marke AITA
- ♦ Projektmanagerin / Marketing & Veranstaltungen bei Top Gear Promotions in Dubai
- ♦ Betriebskoordinatorin bei Eurofragance in Dubai
- ♦ Direktorin für Geschäftsentwicklung bei Grupo Intercom in Barcelona
- ♦ Hochschulabschluss in Film- und Fernsehproduktion an der Nationalen Universität von Kolumbien
- ♦ Masterstudiengang in Unternehmertum & Innovation am Sten K, Johnson Centre for Entrepreneurship Lund University
- ♦ Masterstudiengang in Öffentlichkeitsarbeit & Protokoll von der ESERP Business School
- ♦ Masterstudiengang in Retail Management an der Autonomen Universität von Barcelona

# 04

## Struktur und Inhalt

Der Universitätsexperte in Persönliche Marke und Digitale Identität wurde sorgfältig strukturiert, um eine vollständige und detaillierte Spezialisierung anzubieten, die von grundlegenden theoretischen Konzepten bis hin zu den fortschrittlichsten Techniken des Online-Identitäts- und digitalen Reputationsmanagements reicht. Dieses Programm wurde von einem hochqualifizierten und erfahrenen Lehrteam in diesem Bereich entwickelt und wird vollständig online angeboten, was den Studenten große Flexibilität bietet. Und das alles in nur 450 Stunden innovativer Fortbildung.





“

Ein Lehrplan, der alle Aspekte des  
Personal Branding behandelt”

**Modul 1.** Aufbau einer Persönlichen Marke. *Personal Branding*, digitale Identität und Unternehmensreputation

- 1.1. *Personal Branding*
  - 1.1.1. *Personal Branding*.Schlüsselaspekte
  - 1.1.2. Vorteile der Verwaltung einer persönlichen Marke
  - 1.1.3. *Personal Branding* im Markt
- 1.2. Entwicklung einer persönlichen Marke
  - 1.2.1. Phase der Selbsterkenntnis
  - 1.2.2. Phase der Zielsetzung
  - 1.2.3. Phase der Positionierung und Sichtbarkeit
  - 1.2.4. Ergebnis-Phase: Aspekte, um die gewählte Option zu sein
- 1.3. Digitale Identität und Netiquette
  - 1.3.1. Digitale Identität
  - 1.3.2. Netiquette und ihre Auswirkungen auf die persönliche Marke
  - 1.3.3. Anwendung der Netiquette auf verschiedenen Plattformen
- 1.4. Positionierung im Netz
  - 1.4.1. Wie man seine Online-Reputation kennt, kontrolliert und verwaltet
  - 1.4.2. Die Bedeutung der persönlichen Marke im digitalen Zeitalter
  - 1.4.3. Schlüsselwort-Recherche für die persönliche Marken
- 1.5. Zentrale Fähigkeiten für den Aufbau einer persönlichen Marke
  - 1.5.1. Effektive Kommunikation
  - 1.5.2. Führungsrolle und Teammanagement
  - 1.5.3. Kritisches Denken und Problemlösung
- 1.6. Reputation der persönlichen Marke
  - 1.6.1. Starker Ruf des Unternehmens
  - 1.6.2. Online-Reputationsmanagement
  - 1.6.3. Unternehmensreputation und Ethik
- 1.7. Monetarisierung der persönlichen Marke
  - 1.7.1. Nischenmarktforschung
  - 1.7.2. Geschäftsmodell und Diversifizierung der Einnahmeströme
  - 1.7.3. Ausarbeitung von Vorschlägen und Geschäftsbedingungen





- 1.8. Innovation im Bereich der persönlichen Marke
  - 1.8.1. Erkennen neuer Möglichkeiten und Trends
  - 1.8.2. Experimentieren mit neuen Formen und Ansätzen
  - 1.8.3. *Design Thinking* angewandt auf die persönliche Marke
- 1.9. Prävention und Management von Offline- und Online-Krisen für persönliche Marken
  - 1.9.1. Stärkung der persönlichen Marke zur Krisenprävention
  - 1.9.2. Krisenmanagement der Offline- und Online-Reputation
  - 1.9.3. Umsetzung von Maßnahmen nach der Krise
- 1.10. Aufrechterhaltung und Aktualisierung der persönlichen Marke
  - 1.10.1. Der Plan zur kontinuierlichen Verbesserung
  - 1.10.2. Kompetenzkarte
  - 1.10.3. Überprüfung des Aktionsplans

**Modul 2. *Personal Branding* auf LinkedIn. Strategien für Sichtbarkeit und *Engagement* zum Aufbau einer persönlichen Marke auf LinkedIn**

- 2.1. Stärkung des Benutzerprofils auf LinkedIn
  - 2.1.1. Analyse eines LinkedIn-Benutzerprofils
  - 2.1.2. Klärung der Ziele der LinkedIn-Nutzung
  - 2.1.3. Identifizierung von verbesserungswürdigen Bereichen im LinkedIn-Profil
- 2.2. Aufbau der LinkedIn-Followerschaft
  - 2.2.1. Definieren der LinkedIn-Zielgruppe
  - 2.2.2. Die Botschaft auf das LinkedIn-Publikum zuschneiden
  - 2.2.3. Aufbau einer Zielgruppe aus LinkedIn-Postings
- 2.3. Referenzgemeinschaft auf LinkedIn
  - 2.3.1. Suchen nach *Content Leaders* auf LinkedIn
  - 2.3.2. Andere Community-Mitglieder auf LinkedIn identifizieren
  - 2.3.3. Interaktion und Zusammenarbeit mit anderen Community-Mitgliedern auf LinkedIn
- 2.4. Sich mit aktiven Nutzern auf LinkedIn vernetzen
  - 2.4.1. Die Bedeutung der Suche nach aktiven Nutzern auf LinkedIn
  - 2.4.2. Verfassen einer Einladung zur Kontaktaufnahme auf LinkedIn
  - 2.4.3. Interaktion mit neuen Kontakten auf LinkedIn

- 2.5. Entwicklung einer soliden Inhaltsstrategie durch thematische Säulen
  - 2.5.1. Identifizierung und Positionierung der thematischen Säulen
  - 2.5.2. Identifizierung der thematischen Säulen in der Strategie
  - 2.5.3. Entwicklung und Pflege der thematischen Säulen im Laufe der Zeit
- 2.6. Verknüpfung der thematischen Säulen mit der persönlichen Geschichte. Die Bedeutung von Emotionen
  - 2.6.1. Identifizierung von Geschichten im Zusammenhang mit den thematischen Säulen, die Glaubwürdigkeit und virales Potenzial schaffen
  - 2.6.2. Wie man auf LinkedIn wirkungsvolle Geschichten erzählt
  - 2.6.3. Wie man persönliche Geschichten mit zentralen Botschaften auf LinkedIn verbindet
  - 2.6.4. Wie man eine persönliche Transformationsgeschichte für einen ersten Beitrag auf LinkedIn schreibt
- 2.7. Wirkungsvolle Inhalte auf LinkedIn generieren. Die Bedeutung von Inspiration und Lehre
  - 2.7.1. Verwendung technischer oder wissenschaftlicher Daten im Zusammenhang mit den thematischen Säulen zur Erstellung von Lehrinhalten
  - 2.7.2. *Benchmarking*: Fallstudien von Urhebern viraler Inhalte auf LinkedIn, die diese Techniken anwenden
  - 2.7.3. Die Analyse in die Praxis umsetzen
- 2.8. Vorbereiten von Beiträgen für LinkedIn
  - 2.8.1. Auswahl des Inhalts und des Formats mit dem größten Potenzial für LinkedIn-Posts
  - 2.8.2. Erstellen einer Vielzahl von Formaten und Stilen für LinkedIn-Posts
  - 2.8.3. Veröffentlichung und Nachbereitung der ersten LinkedIn-Posts
- 2.9. Ihr LinkedIn-Konto wachsen lassen: Follower und *Engagement*
  - 2.9.1. Die Bedeutung der Überwachung von LinkedIn-Followern
  - 2.9.2. Überwachung des Follower-Wachstums auf LinkedIn
  - 2.9.3. Verwendung von Follower-Daten auf LinkedIn
- 2.10. Bewertung und Anpassung der redaktionellen Strategie
  - 2.10.1. Erkennen von Trends und Mustern im Publikumsverhalten
  - 2.10.2. Verstärkung von Stärken und Schwächen zur Verbesserung der redaktionellen Strategie.
  - 2.10.3. Digitale Tools für die erweiterte Nutzung von LinkedIn
  - 2.10.4. Optimale Nutzung von LinkedIn als Instrument zur Stärkung der digitalen persönlichen Marke



### Modul 3. *Networking* für den Aufbau einer persönlichen Marke. Netzwerke, Veranstaltungen und PR-Strategien als Instrumente des Wachstums

- 3.1. *Networking*. Grundprinzip und Relevanz
  - 3.1.1. Arten von *Networking*
  - 3.1.2. Aufbau eines Netzwerks der Unterstützung und Zusammenarbeit
  - 3.1.3. Umsetzung eines Plans zum *Networking*
- 3.2. Aufbau eines Netzwerks von Kontakten zur Stärkung der persönlichen Marke
  - 3.2.1. Identifizierung der wichtigsten *Stakeholder*
  - 3.2.2. Auswahl von Meinungsführern
  - 3.2.3. Ausweitung und Nutzung des Kontaktnetzwerks.
- 3.3. Veranstaltungen als Strategie des *Networking*
  - 3.3.1. Die Macht von Online- und Offline-*Networking*-Events
  - 3.3.2. Arten von *Networking*-Events
  - 3.3.3. Die Organisation einer Veranstaltung als Strategie zur Verbesserung der persönlichen Marke
- 3.4. Öffentlichkeitsarbeit und persönliche Marke
  - 3.4.1. Die Bedeutung von der Öffentlichkeitsarbeit
  - 3.4.2. Arten von Strategien der Öffentlichkeitsarbeit
  - 3.4.3. Einsatz von PR zur Steigerung von Sichtbarkeit und Autorität
- 3.5. Effektive Kommunikationsstrategien für *Networking*
  - 3.5.1. Effektive Kommunikationstechniken bei persönlichen Aktionen oder Veranstaltungen
  - 3.5.2. Effektive Kommunikationstechniken bei der Verwendung von E-Mails
  - 3.5.3. Effektive Kommunikationstechniken bei der Nutzung von sozialen Netzwerken
- 3.6. Effektives Offline-*Networking* zur Stärkung der persönlichen Marke
  - 3.6.1. *Networking* in Communities, auf Konferenzen, Seminaren und Geschäftsveranstaltungen
  - 3.6.2. *Networking* in lokalen Interessengruppen
  - 3.6.3. Aufrechterhaltung des Kontakts zur Suche nach Möglichkeiten der Zusammenarbeit
- 3.7. Effektives Online-*Networking* zur Stärkung der persönlichen Marke
  - 3.7.1. Digitale *Networking*-Tools und -Plattformen
  - 3.7.2. Teilnahme an Online-*Networking*-Veranstaltungen
  - 3.7.3. Aufrechterhaltung von Online-*Networking*-Beziehungen
- 3.8. Andere nützliche PR-Maßnahmen zur Stärkung der persönlichen Marke
  - 3.8.1. Medienarbeit
  - 3.8.2. Beziehungen zu Influencern
  - 3.8.3. Veröffentlichung eines Buches als Public Relations-Strategie
  - 3.8.4. Erstellung eines Multimedia-Inhalts als PR-Strategie
- 3.9. Krisenmanagement im Bereich *Networking* und Öffentlichkeitsarbeit
  - 3.9.1. Die Bedeutung von Ethik und Verantwortung im Krisenmanagement
  - 3.9.2. Entwurf einer Strategie für die Krisenkommunikation
  - 3.9.3. Effektives *Networking* für das Krisenmanagement in der Öffentlichkeitsarbeit
- 3.10. Messung des Erfolgs einer Public-Relations-Strategie
  - 3.10.1. Monitoring sozialer Netzwerke
  - 3.10.2. Qualitative und quantitative Bewertung von Ereignissen
  - 3.10.3. Sichtbarkeit in den Medien



*Greifen Sie zu jeder Tageszeit auf wichtige Lektionen zu, um die besten LinkedIn-Posts oder Benchmarking-Strategien über den Virtual Campus vorzubereiten"*

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 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 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 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 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.



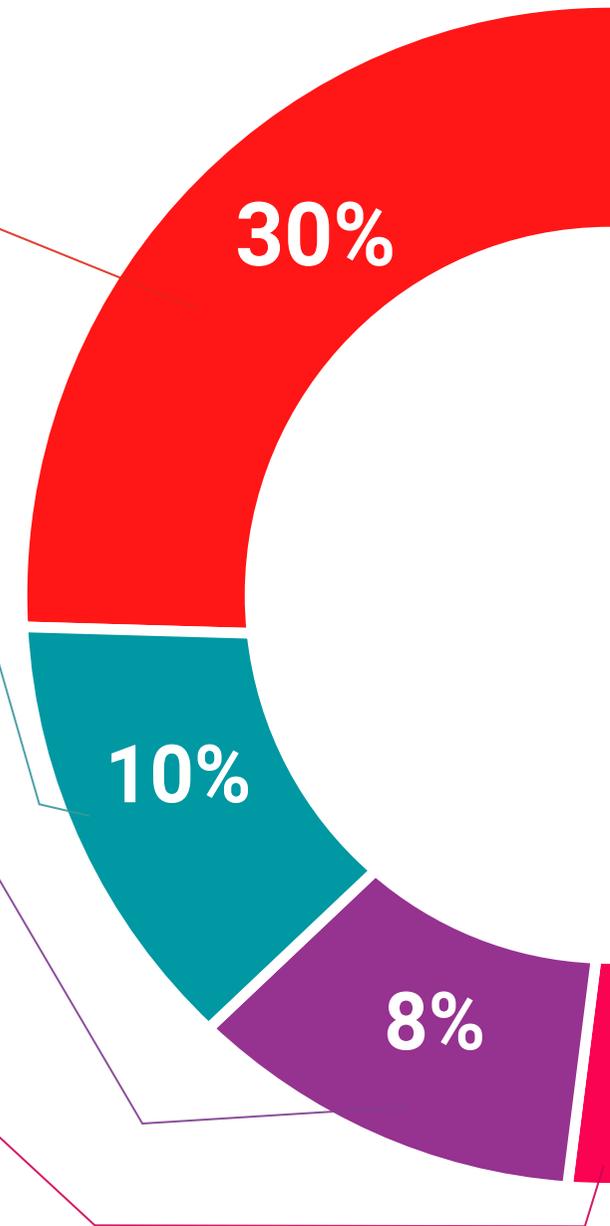
#### Übungen für Fertigkeiten und Kompetenzen

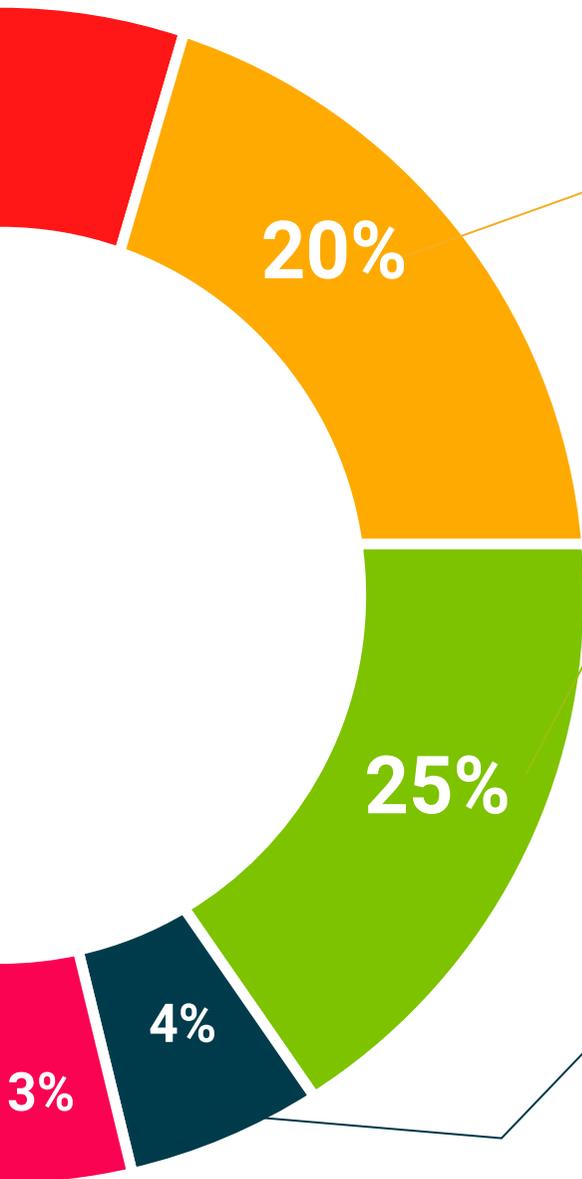
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Kompetenzen und Fertigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Übungen und Aktivitäten zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein Spezialist im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



#### 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 Persönliche Marke und Digitale Identität 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 Persönliche Marke und Digitale Identität** 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 Persönliche Marke und Digitale Identität**

Modalität: **online**

Dauer: **12 Monate**



\*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  
Persönliches Branding  
und Digitale Identität

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

# Universitätsexperte

## Persönliche Marke und Digitale Identität

