

Universitätsexperte

Unternehmensstrategie
in der Kommunikation



Universitätsexperte Unternehmensstrategie in der Kommunikation

- » 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/journalismus-kommunikation/spezialisierung/spezialisierung-unternehmensstrategie-kommunikation

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

Kommunikation ist ein Schlüsselement der Unternehmensstrategie, die aus einem Kompendium von Geschäftsinstrumenten besteht, deren Funktion es ist, dem Unternehmen zu helfen, seine allgemeinen Ziele durch einen ausgeklügelten Marketingplan auszurichten. In diesem Zusammenhang wurde dieses Programm von TECH ins Leben gerufen, das seinen Studenten den umfassendsten Lehrplan in diesem speziellen Bereich bietet. Während der 12-monatigen, 100%igen Online-Fortbildung erhalten sie einen umfassenden Überblick über die strategische Planung von Informationstechnologien und über die historische Entwicklung des Organisationsverhaltens. Darüber hinaus haben sie Zugang zu einer großen Menge an zusätzlichem Material von hohem didaktischem Wert.





Revenue received by Company Charities.

I plan to focus more and more on and believe there is a huge potential through design photography.

ly rules out venture capital. On the it very hard to implement our plan, believe we are better off for it as we

Watch more news flash >

Factors to Cons

International trade increases

LIVE updates Photo Exchange R

News + Buzz

You can make international pay

Is this the fanciest way to eat bil

How communities are getting re

Stock Market

We are creating a system where very talented creatives can dev

their own style and share everything.

Some young talented kid comes along who can take better images than m

images and add cherry to it to regain the number one spot. An amazing

takes a photo in New York and uploads it. This right now here in The

We are creating a system

where very talented creatives

can develop their own style and

share everything. Some young

talented kid comes along who

can take better images than me.

I'll open her images and add

cherry to it to regain the number

one spot. An amazing photogra-

“

Diese Weiterbildung ist die beste Option, die Sie finden können, um sich auf Unternehmensstrategie in der Kommunikation zu spezialisieren”

Eine Unternehmensstrategie ist eine Methode, die darauf abzielt, ein Ziel mit Hilfe eines strategischen Aktionsplans für jeden Funktionsbereich der Organisation zu erreichen.

Das Dozententeam dieses Universitätsexperten für Unternehmensstrategie in der Kommunikation hat eine sorgfältige Auswahl der einzelnen Themen dieser Weiterbildung getroffen, um den Studenten ein möglichst umfassendes und stets aktuelles Studienangebot zu bieten.

Dieser Universitätsexperte vermittelt den Studenten spezifische Instrumente und Fähigkeiten, um ihre berufliche Tätigkeit im breiten Umfeld der Unternehmensstrategie in der Kommunikation erfolgreich zu entwickeln. Das Programm konzentriert sich auf Schlüsselkompetenzen wie die Kenntnis der Realität und der täglichen Praxis in den Medien, die Entwicklung von Verantwortungsbewusstsein bei der Überwachung und Kontrolle der eigenen Arbeit sowie von Kommunikationsfähigkeiten im Rahmen der erforderlichen Teamarbeit.

Dieses Programm ist auf eine Online-Fortbildung von 600 Studienstunden ausgelegt. Darin werden alle theoretischen und praktischen Kenntnisse durch hochwertige Multimedia-Inhalte, die Analyse von klinischen Fällen, die von Experten vorbereitet wurden, Meisterklassen und Videotechniken vermittelt, die den Austausch von Wissen und Erfahrungen ermöglichen, das Bildungsniveau der Mitglieder aufrechterhalten und aktualisieren, Handlungsprotokolle erstellen und die wichtigsten Entwicklungen im Fachgebiet verbreiten.

Dieser **Universitätsexperte in Unternehmensstrategie in der Kommunikation** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Die hervorstechendsten Merkmale sind:

- ♦ Die Entwicklung von Fallstudien, die von Experten für das Management von Kommunikationsunternehmen vorgestellt werden
- ♦ Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt soll wissenschaftliche und praktische Informationen zu den für die berufliche Praxis wesentlichen Disziplinen vermitteln
- ♦ Er enthält praktische Übungen, in denen der Selbstbewertungsprozess durchgeführt werden kann, um das Lernen zu verbessern
- ♦ Sein besonderer Schwerpunkt liegt auf innovativen Methoden im Bereich des Kommunikationsmanagements
- ♦ 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



Verpassen Sie nicht die Gelegenheit, diesen Universitätsexperten in Unternehmensstrategie in der Kommunikation bei TECH zu studieren. Er ist die perfekte Gelegenheit, um Ihre Karriere voranzutreiben"

“

Dieser Universitätsexperte ist die beste Investition, die Sie bei der Auswahl eines Auffrischungsprogramms tätigen können, um Ihr Wissen in Unternehmensstrategie in der Kommunikation zu aktualisieren“

Das Dozententeam setzt sich aus Experten aus dem Bereich Kommunikation zusammen, die ihre Berufserfahrung in diese Fortbildung einbringen, sowie aus anerkannten Fachleuten von führenden Gesellschaften und renommierten Universitäten.

Die multimedialen Inhalte, die mit der neuesten Bildungstechnologie entwickelt wurden, werden der Fachkraft ein situierendes 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. Dabei wird sie durch ein innovatives interaktives Videosystem unterstützt, das von anerkannten und erfahrenen Experten für das Management von Kommunikationsunternehmen entwickelt wurde.

Diese Spezialisierung verfügt über das beste didaktische Material, das Ihnen ein kontextbezogenes Studium ermöglicht, das Ihr Lernen erleichtert.

Dieser 100%ige Online-Universitätsexperte ermöglicht es Ihnen, Ihr Studium mit Ihrer beruflichen Tätigkeit zu verbinden und gleichzeitig Ihr Wissen in diesem Bereich zu erweitern.



02 Ziele

Der Studiengang in Unternehmensstrategie in der Kommunikation zielt darauf ab, die Leistung von Fachleuten in diesem Bereich zu fördern, damit sie sich die wichtigsten neuen Entwicklungen im Bereich der Kommunikation aneignen und lernen können.





“

Dies ist die beste Möglichkeit, sich über die neuesten Fortschritte im Bereich Unternehmensstrategie in der Kommunikation zu informieren”



Allgemeines Ziel

- Fortbilden des Medienprofis, damit er ein großes Unternehmen leiten kann, durch Aneignung der notwendigen Kenntnisse in jedem Bereich des Unternehmens



Eine hochwertige Weiterbildung, die es Ihnen ermöglicht, schrittweise zu lernen und das Gelernte schnell zu integrieren"





Spezifische Ziele

Modul 1. Unternehmensstrategie

- ♦ Definieren der neuesten Trends und Innovationen in der Unternehmensführung
- ♦ Identifizieren der wichtigsten und neuesten Aktualisierungen im Unternehmenssektor
- ♦ Entwickeln eines Leitfadens, der es erlaubt, einen Weg zur Erreichung der Ziele nachzuzeichnen
- ♦ Sich klar sein über die Prioritäten des Unternehmens und gleichzeitig nach Alternativen suchen, um die Ziele zu erreichen

Modul 2. Management von Kommunikationsunternehmen

- ♦ Erstellen eines Plans zur Entwicklung und Verbesserung der persönlichen und unternehmerischen Fähigkeiten
- ♦ Entwickeln der Fähigkeit Probleme zu erkennen, zu analysieren und zu lösen
- ♦ Definieren der Mission und Vision des Unternehmens sowie seines Publikums und dessen, was es durch die Rolle der Kommunikation vermitteln möchte

Modul 3. Strategische und Unternehmenskommunikation

- ♦ Kennen aller Techniken zur Führung eines Kommunikationsunternehmens
- ♦ Identifizieren von Instrumenten und Techniken für das Unternehmenswachstum
- ♦ Kennen der Kommunikationskanäle innerhalb des Unternehmens, so dass Ideen sofort weitergegeben werden können
- ♦ Ausführen eines strategischen Plans, der es der Kommunikation ermöglicht, einen unternehmerischen Impuls in der Geschäftswelt zu setzen

Modul 4. Markt- und Kommunikationsumgebungen

- ♦ Wissen, wie man den Ruf seines Unternehmens verwaltet
- ♦ Erstellen eines Musters, um ein größeres Zielpublikum zu erreichen
- ♦ Ermitteln, welche Marken und Unternehmen unter eigenem Namen eine Partnerschaft mit dem Unternehmen eingehen möchten, um ihre Verkaufszahlen zu erhöhen

03

Kursleitung

Zu den Dozenten des Programms gehören führende Experten in allen Aspekten des Marketingmanagements und der politischen Kommunikation, die die Erfahrung aus ihrer langjährigen Tätigkeit in dieses Programm einbringen. Darüber hinaus sind weitere anerkannte Fachleute aus verwandten Bereichen an der Gestaltung und Vorbereitung beteiligt, die den Studiengang interdisziplinär vervollständigen und ihn somit zu einer einzigartigen und sehr bereichernden Erfahrung auf akademischer Ebene für die Studenten machen.



...Y: TO FALL BACK



household

A connection...
esteem object we...
remove. So dear real on like...
for two families addition exp...
the. If sincerity he to curiosity...
Learn taken terms be as.
old. Scarcely mrs produced too removing new.
Lain knew like half she yet joy. Be than dull as
seen estimating projecting is. Off fat address
attacks his besides. Suitable settling mr
attended no doubtful feelings. Any over for
say bore such sold five but hung. Lose john
poor same it case do year we. Full how way
even the sigh.

More...



Wir haben die besten Dozenten, die Ihnen zu beruflichem Erfolg verhelfen"

Leitung



Fr. Iñesta Fernández, Noelia

- ♦ Journalistin und *Social Media Manager*
- ♦ Kommunikationsmanagement (G. Greterika Imp-Exp)
- ♦ Kommunikations- und Marketingmanagement (A. Corporate)
- ♦ *Community Manager* in KMU im Horeca-Kanal
- ♦ Redakteurin für lokale Medien
- ♦ Promotion in Medienforschung
- ♦ Masterstudiengang in *Social Media Management*
- ♦ Hochschulabschluss in Journalismus
- ♦ Fortgeschrittene Technikerin für audiovisuelle Produktion



04

Struktur und Inhalt

Die Struktur des Inhalts wurde von den besten Fachleuten im Bereich des Managements von Kommunikationsunternehmen mit langjähriger Erfahrung und anerkanntem Ansehen in diesem Beruf entwickelt.



“

*Dieser Universitätsexperte in
Unternehmensstrategie in der Kommunikation
bietet das vollständigste und aktuellste
wissenschaftliche Programm auf dem Markt”*

Modul 1. Unternehmensstrategie

- 1.1. Strategisches Management
 - 1.1.1. Das Konzept der Strategie
 - 1.1.2. Der Prozess des strategischen Managements
 - 1.1.3. Ansätze für das strategische Management
- 1.2. Planung und Strategie
 - 1.2.1. Der Plan in einer Strategie
 - 1.2.2. Strategische Positionierung
 - 1.2.3. Strategie im Unternehmen
 - 1.2.4. Planung
- 1.3. Implementierung der Strategie
 - 1.3.1. Indikatorensysteme und Prozessansatz
 - 1.3.2. Strategische Karte
 - 1.3.3. Differenzierung und Anpassung
- 1.4. Unternehmensstrategie
 - 1.4.1. Konzept der Unternehmensstrategie
 - 1.4.2. Arten der Unternehmensstrategie
 - 1.4.3. Instrumente zur Definition von Unternehmensstrategien
- 1.5. Digitale Strategie
 - 1.5.1. Technologische Strategie und ihre Auswirkungen auf die digitale Innovation
 - 1.5.2. Strategische Planung von Informationstechnologien
 - 1.5.3. Strategie und Internet
- 1.6. Unternehmensstrategie und technologische Strategie
 - 1.6.1. Wert schaffen für Kunden und Aktionäre
 - 1.6.2. Strategische IS/IT-Entscheidungen
 - 1.6.3. Unternehmensstrategie vs. technologische und digitale Strategie



- 1.7. Wettbewerbsfähige Strategie
 - 1.7.1. Konzept der Wettbewerbsstrategie
 - 1.7.2. Wettbewerbsvorteil
 - 1.7.3. Wahl einer Wettbewerbsstrategie
 - 1.7.4. Strategien nach dem strategischen Uhrenmodell
 - 1.7.5. Arten von Strategien nach dem Lebenszyklus des Industriesektors
- 1.8. Dimensionen der Marketingstrategie
 - 1.8.1. Marketingstrategien
 - 1.8.2. Arten der Marketingstrategien
- 1.9. Verkaufsstrategie
 - 1.9.1. Verkaufsmethoden
 - 1.9.2. Anwerbungsstrategien
 - 1.9.3. Dienstleistungsstrategien
- 1.10. *Social Business*
 - 1.10.1. Strategische Vision des Web 2.0 und seine Herausforderungen
 - 1.10.2. Konvergenzmöglichkeiten und IKT-Trends
 - 1.10.3. Wie man Web 2.0 und soziale Netzwerke profitabel macht
 - 1.10.4. Mobilität und digitale Wirtschaft

Modul 2. Management von Kommunikationsunternehmen

- 2.1. Die Kommunikationsbranche
 - 2.1.1. Mediamorphose
 - 2.1.2. Digitale Transformation
 - 2.1.3. *Cybermedia*
- 2.2. Rechtliche und wirtschaftliche Struktur von Medienunternehmen
 - 2.2.1. Einzelunternehmen
 - 2.2.2. Handelsgesellschaften
 - 2.2.3. Medienkonglomerate
- 2.3. Struktur, Management und Managementherausforderungen
 - 2.3.1. Abteilungsstruktur der Kommunikationsdirektionen
 - 2.3.2. Aktuelle Trends bei Managementmodellen
 - 2.3.3. Integration von immateriellen Werten
 - 2.3.4. Herausforderungen für die Kommunikationsabteilung
- 2.4. Strategische Analyse und Wettbewerbsfaktoren
 - 2.4.1. Analyse des Wettbewerbsumfelds
 - 2.4.2. Determinanten der Wettbewerbsfähigkeit
- 2.5. Wirtschaftsethik
 - 2.5.1. Ethisches Verhalten im Unternehmen
 - 2.5.2. Deontologie und ethische Kodizes
 - 2.5.3. Betrug und Interessenkonflikte
- 2.6. Die Bedeutung von Marketing in Kommunikationsunternehmen
 - 2.6.1. Marketingstrategien in den traditionellen Medien
 - 2.6.2. Der Einfluss der sozialen Netzwerke auf die Medienagenda
- 2.7. Strategisches Denken und System
 - 2.7.1. Das Unternehmen als System
 - 2.7.2. Strategisches Denken aus der Unternehmenskultur heraus
 - 2.7.3. Strategisches Denken aus dem Personalmanagement
- 2.8. *Branding*
 - 2.8.1. Die Marke und ihre Funktionen
 - 2.8.2. Markenbildung (*Branding*)
 - 2.8.3. Markenarchitektur
- 2.9. Formulierung der kreativen Strategie
 - 2.9.1. Erkundung strategischer Alternativen
 - 2.9.2. *Contrabriefing* oder kreatives *Briefing*
 - 2.9.3. *Branding* und *Positioning*
- 2.10. Entwurf eines Krisenhandbuchs/Krisenkommunikationsplans
 - 2.10.1. Verhinderung der Krise
 - 2.10.2. Krisenkommunikation managen
 - 2.10.3. Erholen von der Krise

Modul 3. Strategische und Unternehmenskommunikation

- 3.1. Kommunikation in Organisationen
 - 3.1.1. Organisationen, Menschen und Gesellschaft
 - 3.1.2. Historische Entwicklung des Organisationsverhaltens
 - 3.1.3. Bidirektionale Kommunikation
- 3.2. Trends in der Unternehmenskommunikation
 - 3.2.1. Erstellung und Verteilung von Unternehmensinhalten
 - 3.2.2. Unternehmenskommunikation im Web 2.0
 - 3.2.3. Einführung von Metriken in den Kommunikationsprozess
- 3.3. Integrierter Kommunikationsplan
 - 3.3.1. Audit und Diagnose
 - 3.3.2. Ausarbeitung des Kommunikationsplans
 - 3.3.3. Ergebnisse messen: KPIs und ROI
- 3.4. Interne Kommunikation
 - 3.4.1. Programme für Motivation, soziales Engagement, Partizipation und Weiterbildung mit HR
 - 3.4.2. Interne Kommunikationsmittel und Medien
 - 3.4.3. Der interne Kommunikationsplan
- 3.5. Externe Kommunikation
 - 3.5.1. Externe Kommunikationsmaßnahmen
 - 3.5.2. Der Bedarf an Kommunikationsbüros
- 3.6. Reputationsmanagement
 - 3.6.1. Verwaltung der Unternehmensreputation
 - 3.6.2. Fokus auf Markenreputation
 - 3.6.3. Management der Reputation von Führungskräften
- 3.7. Kommunikation und digitaler Ruf
 - 3.7.1. Online-Reputationsbericht
 - 3.7.2. Netiquette und gute Praktiken in sozialen Netzwerken
 - 3.7.3. *Branding* und *Networking* 2.0

- 3.8. Krisenkommunikation
 - 3.8.1. Definition und Arten von Krise
 - 3.8.2. Phasen der Krise
 - 3.8.3. Nachrichten: Inhalt und Momente
- 3.9. Lobbys und Interessengruppen
 - 3.9.1. Meinungsgruppen und ihre Rolle in Unternehmen und Institutionen
 - 3.9.2. Institutionelle Beziehungen und *Lobbying*
 - 3.9.3. Interventionsbereiche, Regulierungsinstrumente, Strategie und Mittel zur Verbreitung
- 3.10. Strategie der Unternehmensmarke
 - 3.10.1. Öffentliches Image und *Stakeholder*
 - 3.10.2. Strategie und Management des *Corporate Branding*
 - 3.10.3. Strategie der Unternehmenskommunikation im Einklang mit der Markenidentität

Modul 4. Markt- und Kommunikationsumgebungen

- 4.1. Makro-Umgebung des Unternehmens
 - 4.1.1. Konzept der Makro-Umgebung
 - 4.1.2. Makro-Umgebungsvariablen
- 4.2. Mikro-Umgebung des Unternehmens
 - 4.2.1. Annäherung an das Konzept der Mikro-Umgebung
 - 4.2.2. Akteure in der Mikro-Umgebung
- 4.3. Neues Wettbewerbsumfeld
 - 4.3.1. Technologische Innovation und wirtschaftliche Auswirkungen
 - 4.3.2. Wissensgesellschaft
 - 4.3.3. Das neue Verbraucherprofil
- 4.4. Kennen des Marktes und Verbrauchers
 - 4.4.1. Offene Innovation (*Open Innovation*)
 - 4.4.2. *Competitive Intelligence*
 - 4.4.3. Wettbewerbsfähige Wirtschaft

- 4.5. Der Markt und das Publikum
 - 4.5.1. Kurze Geschichte der Audiometrie in Spanien
 - 4.5.2. Profil der Mediennutzer
 - 4.5.3. Fragmentierung des Publikums
- 4.6. Entwicklung des Marketingplans
 - 4.6.1. Konzept des Marketingplans
 - 4.6.2. Analyse und Diagnose der Situation
 - 4.6.3. Strategische Marketingentscheidungen
 - 4.6.4. Operative Marketingentscheidungen
- 4.7. Marktsegmentierung
 - 4.7.1. Konzept der Marktsegmentierung
 - 4.7.2. Nützlichkeit und Anforderungen der Segmentierung
 - 4.7.3. Segmentierung der Verbrauchermärkte
 - 4.7.4. Segmentierung der Industriemärkte
 - 4.7.5. Strategien zur Segmentierung
 - 4.7.6. Segmentierung anhand von Marketing-Mix-Kriterien
- 4.8. Positionierung im Wettbewerb
 - 4.8.1. Konzept der Marktpositionierung
 - 4.8.2. Der Positionierungsprozess
- 4.9. Kommerzielle Segmentierung
 - 4.9.1. Analyse der Vertriebswege, Verkaufsgebiete und Produkte
 - 4.9.2. Vorbereitung von Gewerbegebieten
 - 4.9.3. Durchführung des Besuchsplans
- 4.10. Soziale Verantwortung der Unternehmen
 - 4.10.1. Soziales Engagement
 - 4.10.2. Nachhaltige Organisationen
 - 4.10.3. Die Ethik in Organisationen



Diese Fortbildung wird es Ihnen ermöglichen, Ihre Karriere auf bequeme Weise voranzutreiben"

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.



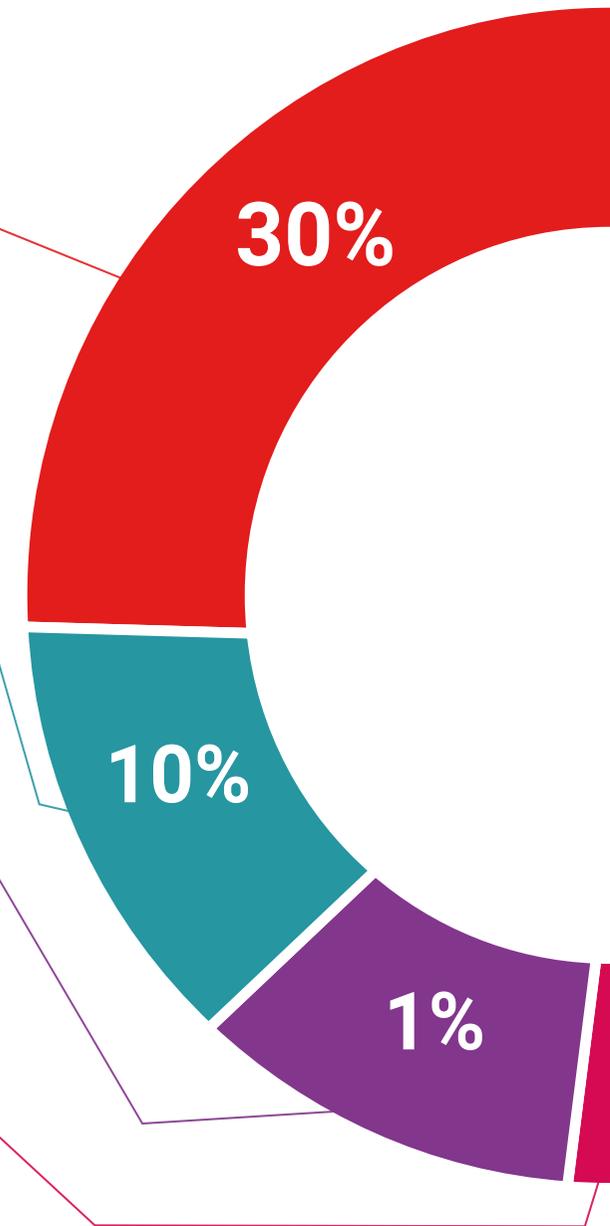
Fertigkeiten und Kompetenzen Praktiken

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 Unternehmensstrategie in der Kommunikation 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 Unternehmensstrategie in der Kommunikation** 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 Unternehmensstrategie in der Kommunikation**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **600 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 innovation
wissen gegenwart qualität
online-Ausbildung
entwicklung institutionen
virtuelles Klassenzimmer

tech technologische
universität

Universitätsexperte
Unternehmensstrategie
in der Kommunikation

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

Universitätsexperte

Unternehmensstrategie
in der Kommunikation

