

Universitätsexperte

Unternehmensstrategie





tech technologische
universität

Universitätsexperte Unternehmensstrategie

- » 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

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Kursleitung

Seite 12

04

Struktur und Inhalt

Seite 18

05

Methodik

Seite 24

06

Qualifizierung

Seite 32

01

Präsentation

Unternehmen sind sich zunehmend der Bedeutung von Kommunikation für das Erreichen ihrer Ziele bewusst. Infolgedessen steigt die Nachfrage nach Journalisten und Kommunikatoren, die sich auf diesen Bereich spezialisiert haben. Vor diesem Hintergrund bietet der renommierte TECH-Studiengang ein intensives Programm, das die Studenten darauf vorbereitet, sich den Herausforderungen und Entscheidungen der Unternehmen im Bereich der Kommunikationsstrategie zu stellen. Das Hauptziel besteht darin, die persönliche und berufliche Entwicklung der Studenten zu fördern, indem ihnen geholfen wird, erfolgreich zu sein..





“

Verpassen Sie nicht diese erstklassige Fortbildung, die es Ihnen ermöglicht, sich als Fachjournalist für Kommunikation und Unternehmensstrategie zu entwickeln und zu positionieren"

Der Inhalt des Universitätsexperten in Unternehmensstrategie zielt darauf ab, die Entwicklung der beruflichen Kompetenzen von Journalisten zu fördern, damit sie in einem unsicheren Umfeld fundiertere Entscheidungen treffen können.

Im Rahmen dieser Fortbildung werden die Journalisten in Einzel- und Teamarbeit eine Vielzahl praktischer Fälle analysieren. Es handelt sich also um ein echtes Eintauchen in reale Situationen im Zusammenhang mit der Unternehmensstrategie.

Der Universitätsexperte befasst sich eingehend mit den verschiedenen Arten von Strategien, die innerhalb eines Unternehmens auf kommunikativer Ebene entwickelt werden und die auf verschiedenen Ebenen zu hervorragenden Ergebnissen führen können. Und das alles aus einer globalen, internationalen und innovativen Perspektive.

Ein maßgeschneidertes Programm, das auf Ihre berufliche Entwicklung ausgerichtet ist und Sie darauf vorbereitet, im Bereich der Unternehmensstrategie Spitzenleistungen zu erbringen. Ein Programm, das auf Ihre Bedürfnisse und die Ihres Unternehmens zugeschnitten ist, mit innovativen Inhalten, die auf den neuesten Trends basieren, unterstützt von den besten Lehrmethoden und einem außergewöhnlichen Dozententeam, das Ihnen die Fähigkeiten vermittelt, kritische Situationen kreativ und effizient zu lösen.

Da der Unterricht zu 100% online stattfindet, können die Studenten ihre Studienzzeit selbst bestimmen, ohne in ein Bildungszentrum reisen zu müssen.

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

- ♦ Die Entwicklung von Fallstudien, die von Fachleuten in Journalismus und Politische Kommunikation 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 politischen Kommunikation
- ♦ Die praktischen Übungen, bei denen ein Selbstbewertungsprozess durchgeführt wird, um das Lernen zu verbessern
- ♦ Sein besonderer Schwerpunkt liegt auf innovativen Methoden in Journalismus und Politische Kommunikation
- ♦ Das interaktive Lernsystem auf der Grundlage von Algorithmen für die Entscheidungsfindung im Journalismus und in der politischen 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



Gute Kommunikation ist entscheidend für den Erfolg eines Unternehmens. Mit Programmen wie diesem lernen Journalisten, erfolgreiche Geschäftsstrategien zu entwickeln und die Ergebnisse ihrer Arbeit zu verbessern"

“

Eine akademische Fortbildung voller theoretischer und praktischer Inhalte, die speziell auf den Erfolg des Journalisten in seiner täglichen Praxis ausgerichtet ist“

Zu den Dozenten des Programms gehören Fachleute aus dem Bereich Journalismus und Kommunikation, die ihre Berufserfahrung in diese Weiterbildung einbringen, sowie anerkannte Spezialisten aus führenden Unternehmen und renommierten Universitäten.

Die multimedialen Inhalte, die mit Hilfe der neuesten Bildungstechnologien entwickelt wurden, ermöglichen den Fachleuten ein situiertes und kontextbezogenes Lernen, d. h. eine simulierte Umgebung, die ein immersives Lernprogramm für die Weiterbildung in realen Situationen bietet.

Die Gestaltung dieses Programms konzentriert sich auf problemorientiertes Lernen, bei dem die Studenten versuchen müssen, verschiedene Situationen zu lösen, die in der beruflichen Praxis auftreten. Dabei werden die Studenten durch ein innovatives interaktives Videosystem unterstützt, das von anerkannten und erfahrenen Experten auf dem Gebiet der Wirtschaftskommunikation entwickelt wurde.

Kommunikation ist der Schlüssel zum Erfolg einer politischen Organisation. Lernen Sie mit diesem Universitätsexperten, wie man erfolgreiche politische Marketingstrategien entwickelt.


Journalisten, die als Experten für Unternehmensstrategie arbeiten, müssen die neuesten Formeln kennen, um ihren Beruf auszuüben.



02 Ziele

Das Ziel von TECH ist es, hochqualifizierte Journalisten weiterzubilden, damit sie sich beruflich weiterentwickeln und ihre Karriere vorantreiben können. Ein Ziel, das auf globaler Ebene durch die Förderung der menschlichen Entwicklung ergänzt wird, die den Grundstein für eine verantwortungsvollere und engagiertere, eine bessere Gesellschaft legt. In diesem Universitätsexperten wird dieses Ziel erreicht, indem die notwendigen Werkzeuge zur Verfügung gestellt werden, um die Herausforderung der strategischen Planung der Unternehmenskommunikation zu meistern. Ein Ziel, das mit einem sehr intensiven und präzisen Kurs erreicht wurde.



A photograph of a person's hands working on a desk. The person is wearing a dark, textured sweater. On the desk, there are several papers, some with sticky notes (green, yellow, pink) attached. A keyboard is visible on the left side of the frame. The background is a blurred office setting with orange chairs. The image is overlaid with a large white diagonal shape that contains the text.

“Lassen Sie sich diese großartige Weiterbildungsmöglichkeit nicht entgehen und werden Sie ein erfolgreicher Profi in der Unternehmenskommunikation. Sie steigen in einen boomenden Sektor ein”



Allgemeine Ziele

- ♦ Kennen der Grundlagen von Management, Strategie, Marketing und Kommunikation
- ♦ Verstehen, wie Unternehmen arbeiten und welche Kommunikationsstrategien sie verfolgen
- ♦ Kennen der Ziele und Instrumente von Marketing und Unternehmenskommunikation

“

TECH bietet Ihnen die innovativsten Inhalte des Sektors mit einem einzigen Ziel: Ihnen zu helfen, alle Ihre beruflichen Ziele zu erreichen"





Spezifische Ziele

Modul 1. Management und Strategie von Unternehmen und Organisationen

- ♦ Kennenlernen des *General Managements* und seiner Funktionen
- ♦ Studieren des Konzepts der Managemententwicklung und Führung
- ♦ Beschreiben der Entwicklung eines strategischen Plans
- ♦ Verstehen des Konzepts des strategischen Managements
- ♦ Untersuchen der Merkmale und Eigenheiten der digitalen Strategie, der Unternehmensstrategie und der Technologiestrategie
- ♦ Entwickeln der Umsetzung der Strategie
- ♦ Vertiefen der Kenntnisse im Finanzmanagement
- ♦ Überprüfen aller notwendigen Aspekte des strategischen Personalmanagements

Modul 2. Unternehmenskommunikation

- ♦ Lernen, wie die Kommunikation in Organisationen funktioniert und gesteuert wird
- ♦ Analysieren von Trends in der Unternehmenskommunikation
- ♦ Studieren der Werbekommunikation
- ♦ Untersuchen der Auswirkungen der kommerziellen und werblichen Kommunikation
- ♦ Lernen über Krisenkommunikation
- ♦ Lernen über digitale Reputation
- ♦ Kennen der Grundlagen der internen Kommunikation
- ♦ Wissen, was Branding ist und wie es entwickelt wird
- ♦ Lernen, was ein umfassender Kommunikationsplan ist und wie er in die Praxis umgesetzt wird
- ♦ Lernen über organisatorischen Aufbau und Struktur

Modul 3. Organisationen: Krisenmanagement und soziale Verantwortung

- ♦ Definieren der sozialen Verantwortung von Unternehmen
- ♦ Untersuchen des Begriffs der sozialen Verantwortung innerhalb einer Organisation
- ♦ Erfahren, wie Reputations-, Risiko- und Krisenmanagement betrieben wird
- ♦ Erkennen von Konflikten in Organisationen
- ♦ Lernen über Lobbying und Verhandlung
- ♦ Wissen, was eine Markenstrategie ist

Modul 4. Marketing und institutionelle Kommunikation

- ♦ Analysieren des politischen Handelns in Institutionen
- ♦ Erfahren, was institutionelles Marketing und öffentliche Kommunikation sind und wie sie funktionieren
- ♦ Entwickeln von institutionellen Kommunikationsstrategien
- ♦ Wissen, wie die institutionelle politische Agenda geplant wird
- ♦ Untersuchen der Regierungskommunikation und des Konzepts der offenen Verwaltung
- ♦ Analysieren der Kommunikation in Demokratien und des Begriffs der digitalen Demokratie
- ♦ Lernen, was soziale Verantwortlichkeit ist und wie sie in Institutionen funktioniert

03

Kursleitung

Dieses akademische Programm wurde von einem Team von Journalisten und Kommunikationsexperten mit langjähriger Berufs- und Lehrerfahrung entwickelt. Sie alle sind sich des aktuellen Bedarfs an qualitativ hochwertiger Weiterbildung in diesem Bereich bewusst und haben beschlossen, ihr Wissen zu bündeln, um die umfassendste Fortbildung auf dem Markt anzubieten.



	A	B	C	D	E	F	G	H	I
	No.	Marketing Budget	Categories	Unit	Dec-15	Jan-16	Feb-16	Mar-16	Apr-16
1	10460	Benefits	1-Personnal	0	12,034	13,565	10,674	13,095	
2	35246	Payroll taxes	1-Personnal	0	345	347	154	1,953	
3	76745	Salaries	1-Personnal	0	521	434	178	519	
4	76023	Commissions and bonuses	1-Personnal	1	0	2,300	189		
5	23674	Personnel Total	1-Personnal	1	12,900	16,646	11,195		
6	14678	Web Research	2-Marketing	2	6,000	2,300	5,000		
7	10567	Independent Reearch	2-Marketing	1	2,000	5,420	3,000		
8	96643	Firm Research Fees	2-Marketing	0	8,200	4,900			
9	17695	Market Research Total	2-Marketing	3	16,200	12,620			
10	94015	Promotions	3-Commu	2	1,239	190			
11	75321	Branding	3-Commu	1	522	45			
12	95235	Web Advertising	3-Commu	1	10,432				
13	32564	Direct Marketing	3-Commu	0	-				
14	68508	Newspaper Advertising	3-Commu	0					
15	06342	Communication Total	3-Commu	0					
16	89063	Travel	3-Commu	0					
17	07421	Phone	4-Other	4	12,000				
18	93012	Computer/Office Equipment	4-Other	0					
19	24601	Postage	4-Other	0					
20	35151	Other Total	4-Other	2					
21	10460	Benefits	4-Other						
22	35246	Payroll taxes	1-Personnal						
23	76745	Salaries	1-Personnal						
24	76023	Commissions and bonuses	1-Personnal						
25	23674	Personnel Total	1-Personnal						
26	14678	Web Research							
27	10567	Independent Reearch							
28									



Das beste Dozententeam gibt es bei TECH. Lassen Sie sich diese Bildungschance nicht entgehen“

Internationaler Gastdirektor

Mit fast 20 Jahren Erfahrung in **politischen Kampagnen** auf höchster Ebene und mehr als einem Jahrzehnt in den **Medien** gilt Jess McIntosh als eine der renommiertesten **politischen Kommunikationsstrategen** in den Vereinigten Staaten. Ihre beruflichen Fähigkeiten ermöglichten es ihr, als **Kommunikationsdirektorin der Kandidatin Hillary Clinton** am **Präsidentenwahlkampf 2016** in diesem Land teilzunehmen.

Zusätzlich zu diesem beruflichen Erfolg war McIntosh **stellvertretende Kommunikationsdirektorin** von **EMILY's List**, einem politischen Aktionskomitee, das sich der **Unterstützung von demokratischen Kandidaten** für **öffentliche Ämter**, die sich für die Abtreibung einsetzen, widmet. Sie hat auch andere Organisationen beraten, die ihre soziale Wirkung durch ein schlagkräftiges Messaging verstärken und **Fehlinformationen bekämpfen** wollen.

Gleichzeitig war sie **Beraterin** anderer **politischer Kandidaten** wie Scott Stringer für das Amt des Bezirkspräsidenten von Manhattan und Michael Bloomberg für das Amt des Bürgermeisters von New York City. Sie war auch an der **Kampagne von Al Franken** für den **US-Senat** als dessen **Sekretärin** und **spätere Pressesprecherin** beteiligt. Außerdem war sie **Sprecherin** der **Minnesota Democratic-Farmer-Labor Party**.

Auch in den Medien hat die renommierte **Medienexpertin** viele Erfolge vorzuweisen. Sie hat **hinter den Kulissen** und **vor der Kamera** für Fernseh- und Kabelnachrichtensender in ganz Nordamerika gearbeitet, darunter **CBS, CNN und MSNBC**.

Gleichzeitig hat sie von der Kritik hochgelobte **Podcast- und Audioprogramme** entwickelt und moderiert. Dazu gehört die preisgekrönte **SiriusXM-Radiosendung Signal Boost**, die sie gemeinsam mit der politischen Analystin Zerlina Maxwell moderiert. Außerdem hat sie in zahlreichen Printmedien wie dem **Wall Street Journal, CNN, ELLE, Refinery29, Shondaland** und anderen über **Politik und Gender** geschrieben. Sie ist außerdem **geschäftsführende Herausgeberin** von **Shareblue Media**, einem US-Nachrichtenportal.



Fr. McIntosh, Jess

- Politische Beraterin und ehemalige Kommunikationsdirektorin für die Präsidentschaftskampagne von Hillary Clinton
- Moderatorin der mehrfach preisgekrönten Radiosendung SiriusXM Signal Boost
- Geschäftsführende Herausgeberin von Shareblue Media
- Politische Analystin bei Nachrichtensendern wie CBS, CNN und MSNBC
- Kolumnistin für Zeitschriften wie das Wall Street Journal, CNN, ELLE, Refinery29 und Shondaland
- Ehemalige Vizepräsidentin von EMILY's List
- Ehemalige Sprecherin der Democratic-Farmer-Labor Party von Minnesota
- Ehemalige Pressesprecherin von Senator Al Franken
- Politische Beraterin von Kandidaten für das Amt des Senators, Bürgermeisters und Bezirkspräsidenten

“

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

Leitung



Hr. López Rausell, Adolfo

- ◆ Leiter der TECH Business School
- ◆ Technisches Management in Projekten und Marktstudien bei Investgroup
- ◆ Geschäftsführung des Innovationsclubs der Valencianischen Gemeinschaft
- ◆ Hochschulabschluss in Volks- und Betriebswirtschaftslehre, Universität von Valencia
- ◆ Diplom in Marketing an der ESEM Business School



“

Lernen Sie die neuesten Entwicklungen in der Unternehmenskommunikation von den besten Fachleuten der Branche und werden Sie ein gefragter Experte"

04

Struktur und Inhalt

Der Studienplan dieses Programms wurde von einem Team von Fachleuten aus den Bereichen Journalismus und Marketing ausgearbeitet, die sich der Bedeutung der Kommunikation in Unternehmen jeder Größe bewusst sind und ein sehr umfassendes inhaltliches Kompendium entwickelt haben, das speziell für die Fortbildung von Informationswissenschaftlern in den Besonderheiten und Merkmalen der Welt der strategischen Kommunikation konzipiert wurde.



Budget

May
2018



“

*Erstklassige Inhalte, multimedial
aufbereitet und an die aktuellen
Bedürfnisse des Berufs angepasst”*

Modul 1. Management und Strategie von Unternehmen und Organisationen

- 1.1. General Management
 - 1.1.1. Konzept des General Management
 - 1.1.2. Die Aktion des Generaldirektors
 - 1.1.3. Der Generaldirektor und seine Aufgaben
 - 1.1.4. Transformation der Arbeit der Direktion
- 1.2. Managemententwicklung und Führung
 - 1.2.1. Konzept der Managemententwicklung
 - 1.2.2. Konzept der Führung
 - 1.2.3. Theorien der Führung
 - 1.2.4. Führungsstile
 - 1.2.5. Intelligenz in der Führung
 - 1.2.6. Die Herausforderungen der Führung heute
- 1.3. Planung und Strategie
 - 1.3.1. Der Plan in einer Strategie
 - 1.3.2. Strategische Positionierung
 - 1.3.3. Strategie im Unternehmen
 - 1.3.4. Planung
- 1.4. Strategische Ausrichtung
 - 1.4.1. Das Konzept der Strategie
 - 1.4.2. Der Prozess des strategischen Managements
 - 1.4.3. Ansätze für das strategische Management
- 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
 - 1.6.1. Konzept der Unternehmensstrategie
 - 1.6.2. Arten der Unternehmensstrategie
 - 1.6.3. Instrumente zur Definition von Unternehmensstrategien
- 1.7. Unternehmensstrategie und technologische Strategie
 - 1.7.1. Wert schaffen für Kunden und Aktionäre
 - 1.7.1. Strategische IS/IT-Entscheidungen
 - 1.7.3. Unternehmensstrategie vs. Technologische und digitale Strategie



Modul 2. Unternehmenskommunikation

- 2.1. Die Kommunikation in Organisationen
 - 2.1.1. Organisationen, Menschen und Gesellschaft
 - 2.1.2. Historische Entwicklung des Organisationsverhaltens
 - 2.1.3. Bidirektionale Kommunikation
- 2.2. Trends in der Unternehmenskommunikation
 - 2.2.1. Erstellung und Verteilung von Unternehmensinhalten
 - 2.2.2. Unternehmenskommunikation im Web 2.0
 - 2.2.3. Einführung von Metriken in den Kommunikationsprozess
- 2.3. Werbekommunikation
 - 2.3.1. Integrierte Marketingkommunikation
 - 2.3.2. Kommunikationsplan für Werbung
 - 2.3.3. Merchandising als Kommunikationstechnik
- 2.4. Medieneffekte
 - 2.4.1. Wirksamkeit von Marketing und Werbekommunikation
 - 2.4.2. Theorien über Medieneffekte
 - 2.4.3. Soziale und Co-Creation-Modelle
- 2.5. Agenturen, Medien und Online-Kanäle
 - 2.5.1. Integrierte, kreative und Online-Agenturen
 - 2.5.2. Traditionelle und neue Medien
 - 2.5.3. Online-Kanäle
 - 2.5.4. Andere digitale Players
- 2.6. Krisenkommunikation
 - 2.6.1. Definition und Arten von Krise
 - 2.6.2. Phasen der Krise
 - 2.6.3. Nachrichten: Inhalt und Momente
- 2.7. Kommunikation und digitaler Ruf
 - 2.7.1. Online-Reputationsbericht
 - 2.7.2. Netiquette und gute Praktiken in sozialen Netzwerken
 - 2.7.3. Branding und Networking 2.0

- 2.8. Interne Kommunikation
 - 2.8.1. Programme für Motivation, soziales Engagement, Partizipation und Weiterbildung mit HR
 - 2.8.2. Interne Kommunikationsmittel und Medien
 - 2.8.3. Der interne Kommunikationsplan
- 2.9. Branding
 - 2.9.1. Die Marke und ihre Funktionen
 - 2.9.2. Markenbildung (*Branding*)
 - 2.9.3. Markenarchitektur
- 2.10. Integrierter Kommunikationsplan
 - 2.10.1. Audit und Diagnose
 - 2.10.2. Ausarbeitung des Kommunikationsplans
 - 2.10.3. Ergebnisse messen: KPIs und ROI

Modul 3. Organisationen: Krisenmanagement und soziale Verantwortung

- 3.1. Organisatorische Gestaltung
 - 3.1.1. Konzept der Organisationsgestaltung
 - 3.1.2. Organisatorische Strukturen
 - 3.1.3. Arten von Organisationsformen
- 3.2. Struktur der Organisation
 - 3.2.1. Wichtigste Koordinierungsmechanismen
 - 3.2.2. Abteilungen und Organigramme
 - 3.2.3. Autorität und Verantwortung
 - 3.2.4. Empowerment
- 3.3. Soziale Verantwortung der Unternehmen
 - 3.3.1. Soziales Engagement
 - 3.3.2. Nachhaltige Organisationen
 - 3.3.3. Die Ethik in Organisationen
- 3.4. Soziale Verantwortung in Organisationen
 - 3.4.1. CSR-Management in Organisationen
 - 3.4.2. CSR gegenüber Mitarbeitern
 - 3.4.3. Nachhaltiges Handeln



- 3.5. Reputationsmanagement
 - 3.5.1. Verwaltung der Unternehmensreputation
 - 3.5.2. Fokus auf Markenreputation
 - 3.5.3. Management der Reputation von Führungskräften
- 3.6. Management von Reputationsrisiken und Krisen
 - 3.6.1. Zuhören und Wahrnehmungen steuern
 - 3.6.2. Verfahren, Krisenhandbuch und Krisenpläne
 - 3.6.3. Schulung von Pressesprechern für Krisenfälle
- 3.7. Konflikte in Organisationen
 - 3.7.1. Interpersonelle Konflikte
 - 3.7.2. Konfliktbedingungen
 - 3.7.3. Folgen des Konflikts
- 3.8. Lobbys und Interessengruppen
 - 3.8.1. Meinungsgruppen und ihre Rolle in Unternehmen und Institutionen
 - 3.8.2. Institutionelle Beziehungen und Lobbying
 - 3.8.3. Interventionsbereiche, Regulierungsinstrumente, Strategie und Mittel zur Verbreitung
- 3.9. Verhandlung
 - 3.9.1. Interkulturelle Verhandlung
 - 3.9.2. Ansätze zur Verhandlung
 - 3.9.3. Wirksame Verhandlungstechniken
 - 3.9.4. Umstrukturierung
- 3.10. Strategie der Unternehmensmarke
 - 3.10.1. Öffentliches Image und Stakeholder
 - 3.10.2. Strategie und Management der Unternehmensmarke
 - 3.10.3. Strategie der Unternehmenskommunikation im Einklang mit der Markenidentität

Modul 4. Marketing und institutionelle Kommunikation

- 4.1. Politisches Handeln in Institutionen
 - 4.1.1. Konzept der Institution
 - 4.1.2. Arten von Institutionen und sozialen Gruppen
 - 4.1.3. Institutionelle Maßnahmen
- 4.2. Institutionelles Marketing
 - 4.2.1. Institutionelle Märkte: Bürger und Unternehmen
 - 4.2.2. Institutionelles Angebot
 - 4.2.3. Zufriedenheit der Bürger

- 4.3. Marketingpläne in den Institutionen
 - 4.3.1. Analyse des institutionellen Umfelds
 - 4.3.2. Ziele der Institution
 - 4.3.3. Strategische und operative Maßnahmen
- 4.4. Öffentliche Kommunikation
 - 4.4.1. Akteure der politischen Kommunikation
 - 4.4.2. Formelle Medien: Presse und Institutionen
 - 4.4.3. Informelle Medien: Netzwerke und Meinungsmacher
- 4.5. Institutionelle Kommunikationsstrategien
 - 4.5.1. Inhalt der institutionellen Informationen
 - 4.5.2. Institutionelle Kommunikationsziele
 - 4.5.3. Wichtigste Kommunikationsstrategien
- 4.6. Planung der institutionellen politischen Agenda
 - 4.6.1. Erstellung der institutionellen Agenda
 - 4.6.2. Gestaltung von institutionellen Kampagnen
 - 4.6.3. Zielgruppen der Kampagnen
- 4.7. Kommunikation der Regierung: Offene Regierung
 - 4.7.1. Konzept der offenen Regierung
 - 4.7.2. Mittel der Kommunikation
 - 4.7.3. Arten von Nachrichten
- 4.8. Politische Kommunikation in Demokratien
 - 4.8.1. Die Nachfrage nach Informationen in demokratischen Gesellschaften
 - 4.8.2. Institutionen als Informationsquellen
 - 4.8.3. Die Medien
- 4.9. Die Digitale Demokratie
 - 4.9.1. Konzept der digitalen Demokratie
 - 4.9.2. Sozialer Dialog im Internet
 - 4.9.3. Elemente der Nutzung im Internet
- 4.10. Soziale Verantwortung in Institutionen
 - 4.10.1. Menschenrechte und soziale Verantwortung
 - 4.10.2. Klimawandel und soziale Verantwortung
 - 4.10.3. Institutionelle Ethik

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 garantiert neben der strengsten und aktuellsten Ausbildung 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** 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**

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 innovativen
wissen gegenwart qualität
online-Ausbildung
entwicklung institut
virtuelles Klassenzimmer

tech technologische
universität

Universitätsexperte

Unternehmensstrategie

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

Universitätsexperte

Unternehmensstrategie

