

Universitätskurs

Digitales Marketing und E-Commerce mit Künstlicher Intelligenz



Universitätskurs Digitales Marketing und E-Commerce mit Künstlicher Intelligenz

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

Internetzugang: www.techtitute.com/de/kunstliche-intelligenz/universitatskurs/digitales-marketing-e-commerce-kunstlicher-intelligenz

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Kursleitung

Seite 12

04

Struktur und Inhalt

Seite 16

05

Studienmethodik

Seite 20

06

Qualifizierung

Seite 28

01

Präsentation

Die Beziehung zwischen digitalem Marketing und E-Commerce, die durch künstliche Intelligenz verstärkt wird, hat zu einer Synergie geführt, die die Art und Weise, wie Unternehmen mit ihren Kunden in Kontakt treten, verändert hat. So ermöglicht die Anwendung intelligenter Algorithmen und prädiktiver Analysen im digitalen Marketing eine noch nie dagewesene Personalisierung von Werbestrategien, die genaue Segmentierung von Zielgruppen und die Bereitstellung von relevanten Inhalten. Darüber hinaus optimiert KI das Nutzererlebnis im E-Commerce durch personalisierte Empfehlungen, effiziente *Chatbots* und intuitivere Einkaufsprozesse. In diesem Zusammenhang basiert dieses Programm der TECH, das vollständig virtuell ist und an unterschiedliche Zeitpläne angepasst werden kann, auf der innovativen Methode des *Relearning*, die ein tiefes Verständnis der behandelten Themen fördert.



“

Dank dieses 100%igen Online-Universitätskurses werden Sie in der Lage sein, Kundenbedürfnisse zu antizipieren, Ihre operative Effizienz zu verbessern und hochgradig personalisierte Einkaufserlebnisse anzubieten. Schreiben Sie sich jetzt ein!”

Digitales Marketing und E-Commerce, angetrieben durch künstliche Intelligenz, bieten eine revolutionäre Synergie in der modernen Geschäftswelt. Künstliche Intelligenz ermöglicht eine präzise Personalisierung und Segmentierung von Marketingbotschaften, was zu effektiveren und relevanteren Kampagnen für die Verbraucher führt. Im Bereich des E-Commerce können KI-Algorithmen zudem Kaufverhaltensmuster analysieren, künftige Präferenzen vorhersagen und Produkte auf intelligente Weise empfehlen.

Dieser Universitätskurs bietet einen tiefen Einblick in die fortschrittlichsten Tools und Techniken zur Verbesserung von Geschäftsstrategien in der digitalen Welt. Mit dem Schwerpunkt auf Personalisierung und Empfehlungen werden Fachleute die Implementierung von Adobe Sensei kennenlernen, um Daten zu analysieren und Inhalte individuell anzupassen und so die Relevanz und Wirksamkeit von Marketing- und E-Commerce-Kampagnen zu verbessern.

Ebenso wird die Automatisierung strategischer Prozesse mit Hilfe von Optimizely behandelt, das es den Studenten ermöglicht, die Leistung von Kampagnen zu optimieren, indem sie fundierte und agile Entscheidungen treffen. Dieses Tool erleichtert die Identifizierung von Verbesserungs- und Anpassungsmöglichkeiten in Echtzeit, was zu einer größeren Effizienz und besseren Ergebnissen im digitalen Bereich führt.

Schließlich werden sich die Studenten mit der Analyse von Gefühlen und Emotionen in Marketinginhalten befassen und dabei Plattformen wie Hub Spot nutzen. Auf diese Weise können sie ihre Strategien an die emotionalen Reaktionen des Publikums anpassen, um die Kundenbindung zu verbessern und die Wirksamkeit der Kampagnen zu erhöhen.

So bietet dieses 100%ige Online-Hochschulprogramm den Studenten die Flexibilität, von überall und zu jeder Zeit zu studieren. Mit nur einem elektronischen Gerät und einer Internetverbindung haben sie Zugang zu allen Materialien und Ressourcen, die für den Abschluss dieses Programms erforderlich sind. Darüber hinaus basiert das Programm auf der *Relearning*-Methode, die aus der Wiederholung der wichtigsten Konzepte besteht, um den Inhalt besser zu verstehen und zu verinnerlichen.

Dieser **Universitätskurs in Digitales Marketing und E-Commerce mit Künstlicher Intelligenz** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Die hervorstechendsten Merkmale sind:

- Die Entwicklung von Fallstudien, die von Experten für digitales Marketing und E-Commerce mit künstlicher Intelligenz vorgestellt werden
- Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt vermittelt alle für die berufliche Praxis unverzichtbaren wissenschaftlichen und praktischen 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 Zugangs zu Inhalten von jedem festen oder tragbaren Gerät mit Internetanschluss



Der Einsatz von künstlicher Intelligenz ermöglicht es Ihnen, die Effizienz und Rentabilität von Marketing- und Vertriebsstrategien zu optimieren sowie eine höhere Kundenzufriedenheit und Markentreue zu fördern“

“

Sie werden die Personalisierung von Inhalten und Empfehlungen durch Adobe Sensei implementieren und analysieren, wie diese fortschrittliche Technologie Ihre Strategien für digitales Marketing und E-Commerce verbessern kann“

Zu den Dozenten des Programms gehören Fachleute aus der Branche, die ihre Erfahrungen in diese Fortbildung einbringen, sowie anerkannte Spezialisten von führenden Gesellschaften und renommierten 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.

Bereiten Sie sich darauf vor, in einem sich ständig weiterentwickelnden digitalen Umfeld zu führen, in dem künstliche Intelligenz und Personalisierung der Schlüssel zum Geschäftserfolg sind. Und das alles mit Hilfe der innovativsten Multimedia-Ressourcen!

Sie werden die Gefühle und Emotionen Ihrer Kunden mit Hub Spot analysieren und Ihre Strategien dynamisch anpassen, um die emotionale Bindung zu Ihrem Publikum zu verbessern. Worauf warten Sie noch, um sich einzuschreiben?



02 Ziele

Dieser Universitätskurs zielt darauf ab, Fachleute mit den Fähigkeiten und Kenntnissen auszustatten, die erforderlich sind, um sich in der heutigen digitalen Landschaft erfolgreich zu bewegen. Vom Verständnis der Grundlagen des Online-Marketings bis hin zur Beherrschung der neuesten KI-gesteuerten Tools vermittelt das Programm ein umfassendes Verständnis dafür, wie Technologie zur Erreichung von Geschäftszielen eingesetzt werden kann. Darüber hinaus werden Sie in die Lage versetzt, innovative Strategien zu entwickeln, die Personalisierung, Automatisierung und Datenanalyse nutzen, um die Wirkung von Online-Marketingkampagnen und Geschäftsabläufen zu maximieren.





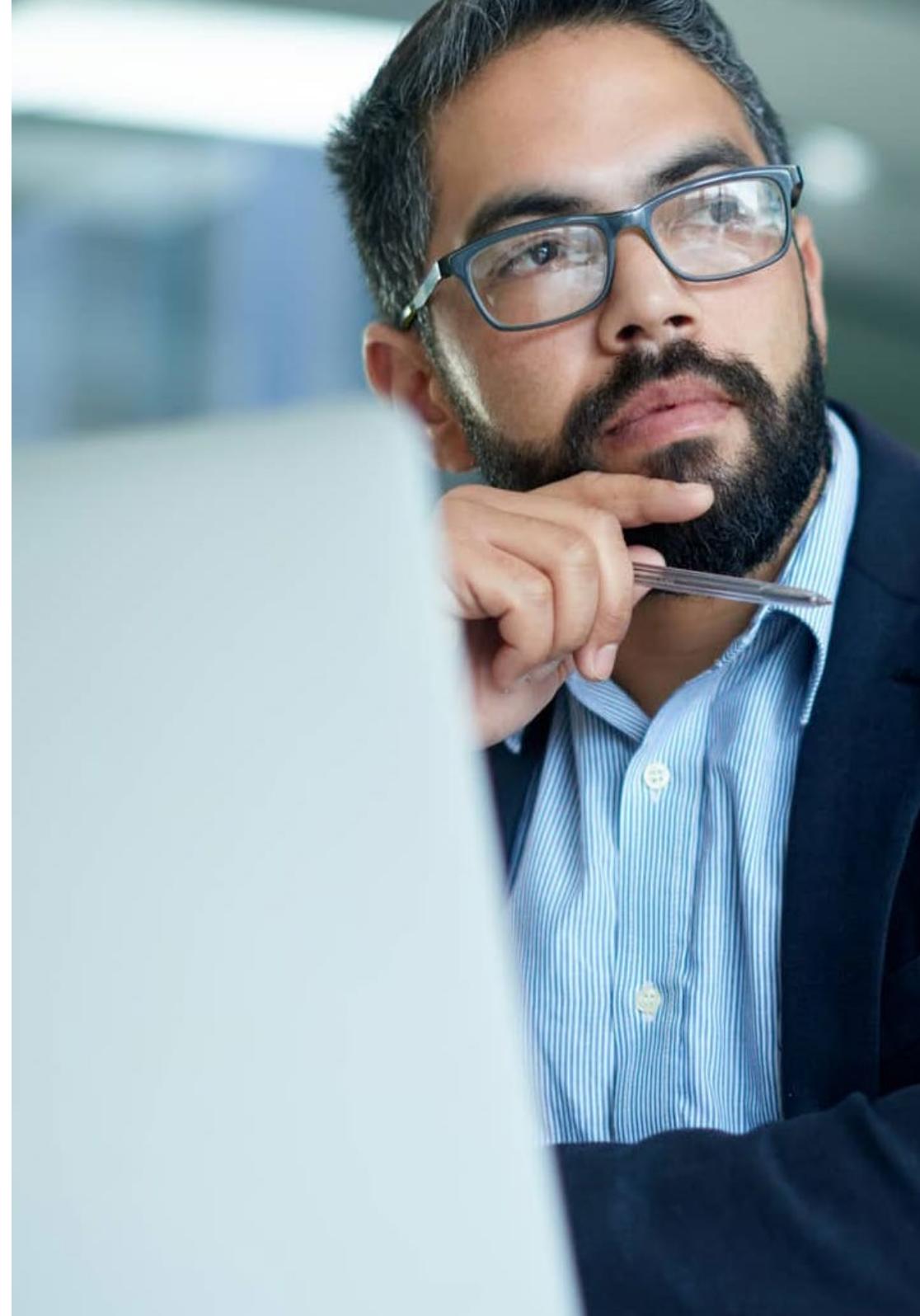
“

Sie werden branchenführende Tools wie Adobe Sensei, Optimizely, Hub Spot, Evergage, Segment und Autopilot beherrschen, um aktuelle und zukünftige Herausforderungen im digitalen Bereich zu meistern“



Allgemeine Ziele

- ♦ Implementieren von Anwendungen der künstlichen Intelligenz in den Bereichen Digitales Marketing und E-Commerce, um die Wirtschaftlichkeit und Effektivität von Strategien zu verbessern
- ♦ Verbessern des Nutzererlebnisses im digitalen Marketing durch den Einsatz von künstlicher Intelligenz für die dynamische Personalisierung von Websites, Anwendungen und Inhalten
- ♦ Implementieren von Systemen der künstlichen Intelligenz zur Automatisierung von Prozessen im E-Commerce, von der Bestandsverwaltung bis zur Kundenbetreuung
- ♦ Erforschen und Anwenden von prädiktiven Modellen der künstlichen Intelligenz, um neue Markttrends zu erkennen und Kundenbedürfnisse zu antizipieren
- ♦ Mitarbeiten an interdisziplinären Projekten, um Lösungen der künstlichen Intelligenz in bestehende digitale Marketingplattformen zu integrieren und neue Strategien zu entwickeln
- ♦ Bewerten der Auswirkungen von Technologien der künstlichen Intelligenz auf das digitale Marketing und den elektronischen Handel, sowohl aus geschäftlicher als auch aus ethischer Sicht





Spezifische Ziele

- Analysieren, wie die Personalisierung von Inhalten und Empfehlungen mit Adobe Sensei in digitalen Marketing- und E-Commerce-Strategien umgesetzt werden kann
- Automatisieren von strategischen Entscheidungsfindungsprozessen mit Optimizely, um die Leistung von *Digital-Marketing*-Kampagnen zu optimieren
- Analysieren von Stimmungen und Emotionen in Marketinginhalten mit Hub Spot, um Strategien anzupassen und die Effektivität zu verbessern
- Identifizieren von Gelegenheiten für Inhalte und Vertrieb mit Evergage, um die Effektivität von *Inbound-Marketing*-Strategien zu verbessern
- Automatisieren von Workflows und *Lead-Tracking* mit Segment, um die operative Effizienz und Effektivität von Marketingstrategien zu verbessern
- Personalisieren von Benutzererlebnissen auf der Grundlage des Kaufzyklus mit Autopilot, um die Kundenbindung und -treue zu verbessern



Erreichen Sie Ihre Ziele! Sie werden künstliche Intelligenz nutzen, um die Marktsegmentierung, das Kundenerlebnis und die Rentabilität von Handelsgeschäften in digitalen Umgebungen zu verbessern“

03

Kursleitung

Die Dozenten dieses Hochschulprogramms sind hochqualifizierte und erfahrene Experten auf dem Gebiet der Technologie und des digitalen Marketings. Diese Fachleute verfügen nicht nur über eine solide akademische Fortbildung, sondern auch über umfangreiche praktische Erfahrungen bei der Umsetzung innovativer Lösungen in der Geschäftswelt. Auf diese Weise werden sie die Studenten durch ein intensives Studienprogramm führen, das wertvolle Einblicke und relevante Fallstudien bietet und sie auf die Herausforderungen des heutigen Arbeitsmarktes vorbereitet.



“

Die Dozenten dieses Universitätskurses wurden sorgfältig ausgewählt, weil sie über fundierte Kenntnisse in Schlüsselbereichen wie Datenanalyse, digitale Marketingstrategien und E-Commerce verfügen“

Leitung



Dr. Peralta Martín-Palomino, Arturo

- ♦ CEO und CTO bei Prometheus Global Solutions
- ♦ CTO bei Korporate Technologies
- ♦ CTO bei AI Shepherds GmbH
- ♦ Berater und strategischer Unternehmensberater bei Alliance Medical
- ♦ Direktor für Design und Entwicklung bei DocPath
- ♦ Promotion in Computertechnik an der Universität von Castilla La Mancha
- ♦ Promotion in Wirtschaftswissenschaften, Unternehmen und Finanzen an der Universität Camilo José Cela
- ♦ Promotion in Psychologie an der Universität von Castilla La Mancha
- ♦ Masterstudiengang Executive MBA von der Universität Isabel I
- ♦ Masterstudiengang in Business und Marketing Management von der Universität Isabel I
- ♦ Masterstudiengang in Big Data bei Formación Hadoop
- ♦ Masterstudiengang in Fortgeschrittene Informationstechnologie von der Universität von Castilla La Mancha
- ♦ Mitglied von: Forschungsgruppe SMILE



Fr. Martínez Cerrato, Yésica

- ♦ Expertin für Bildung, Wirtschaft und Marketing
- ♦ Leitung der technischen Fortbildung bei Securitas Seguridad España
- ♦ *Product Manager* für elektronische Sicherheit bei Securitas Seguridad España
- ♦ Business-Intelligence-Analyst bei Ricopia Technologies
- ♦ IT-Technikerin - Verantwortlich für die OTEC-Computerräume an der Universität von Alcalá de Henares
- ♦ Mitwirkung in der Vereinigung ASALUMA
- ♦ Hochschulabschluss in elektronischer Kommunikationstechnik an der Polytechnischen Hochschule der Universität von Alcalá

Professoren

Hr. Nájera Puente, Juan Felipe

- ♦ Datenanalyst und Datenwissenschaftler
- ♦ Direktor für Studien und Forschung beim Rat für Qualitätssicherung in der Hochschulbildung
- ♦ Produktionsprogrammierer bei Confiteca C.A.
- ♦ Prozessberater bei Esefex Consulting
- ♦ Analyst für akademische Planung an der Universität San Francisco von Quito
- ♦ Masterstudiengang in *Big Data* und Datenwissenschaft an der Internationalen Universität von Valencia
- Wirtschaftsingenieur von der Universität San Francisco von Quito

Fr. Del Rey Sánchez, Cristina

- ♦ Verwalterin für Talentmanagement bei Securitas Seguridad España, SL
- ♦ Koordinatorin von Zentren für außerschulische Aktivitäten Unterstützungsunterricht und pädagogische Interventionen mit Schülern der Grund- und Sekundarstufe
- ♦ Aufbaustudiengang in Entwicklung, Lehre und Betreuung von e-Learning-Schulungsmaßnahmen
- ♦ Aufbaustudiengang in Frühförderung
- ♦ Hochschulabschluss in Pädagogik an der Universität Complutense von Madrid

04

Struktur und Inhalt

Der Lehrplan besteht aus einem umfassenden Ansatz, der die grundlegenden Prinzipien des digitalen Marketings mit den neuesten Technologien der künstlichen Intelligenz verbindet. So decken die Inhalte dieses Universitätskurses ein breites Spektrum an Themen ab, von der Datenanalyse bis zur Automatisierung von Geschäftsprozessen. Darüber hinaus wird der Einsatz von KI-Tools wie Adobe Sensei, Optimizely und Hub Spot zur Personalisierung von Inhalten, zur Optimierung von Kampagnen und zur Verbesserung des Kundenerlebnisses eingehend erforscht. Kurzum, die Teilnehmer werden mit den Fähigkeiten und Kenntnissen ausgestattet, die sie benötigen, um in einem zunehmend wettbewerbsorientierten digitalen Umfeld zu bestehen.





“

Sie erhalten ein umfassendes und praktisches Verständnis der Tools und Strategien, die für den Erfolg in der dynamischen Welt des digitalen Marketings und des E-Commerce mit künstlicher Intelligenz unerlässlich sind“

Modul 1. Anwendungen der künstlichen Intelligenz im digitalen Marketing und elektronischen Handel

- 1.1. Künstliche Intelligenz im digitalen Marketing und elektronischen Handel
 - 1.1.1. Personalisierung von Inhalten und Empfehlungen mit Adobe Sensei
 - 1.1.2. Zielgruppensegmentierung und Marktanalyse
 - 1.1.3. Vorhersage von Trends und Kaufverhalten
- 1.2. Digitale Strategie mit Optimizely
 - 1.2.1. Einbindung von KI in die strategische Planung
 - 1.2.2. Prozessautomatisierung
 - 1.2.3. Strategische Entscheidungen
- 1.3. Kontinuierliche Anpassung an die Veränderungen im digitalen Umfeld
 - 1.3.1. Strategien für das Änderungsmanagement
 - 1.3.2. Anpassung von Marketingstrategien
 - 1.3.3. Innovation
- 1.4. *Content Marketing* und künstliche Intelligenz mit Hub Spot
 - 1.4.1. Personalisierung von Inhalten
 - 1.4.2. Optimierung von Titeln und Beschreibungen
 - 1.4.3. Erweiterte Zielgruppensegmentierung
 - 1.4.4. Stimmungsanalyse
 - 1.4.5. *Content-Marketing-Automatisierung*
- 1.5. Automatische Inhaltserstellung
 - 1.5.1. Optimierung der Inhalte für SEO
 - 1.5.2. *Engagement*
 - 1.5.3. Analyse von Gefühlen und Emotionen in Inhalten
- 1.6. KI in *Inbound-Marketing*-Strategien mit Evergage
 - 1.6.1. Wachstumsstrategien auf der Grundlage von künstlicher Intelligenz
 - 1.6.2. Identifizierung von Gelegenheiten für Inhalte und Vertrieb
 - 1.6.3. Einsatz von künstlicher Intelligenz bei der Identifizierung von Geschäftsmöglichkeiten



- 1.7. Automatisierung von Arbeitsabläufen und *Lead-Tracking* mit Segment
 - 1.7.1. Erfassen von Informationen
 - 1.7.2. *Lead-Segmentierung* und *Lead-Scoring*
 - 1.7.3. Multi-Channel-Nachverfolgung
 - 1.7.4. Analyse und Optimierung
- 1.8. Personalisierung der Nutzererfahrungen auf der Grundlage des Kaufzyklus mit Autopilot
 - 1.8.1. Personalisierter Inhalt
 - 1.8.2. Automatisierung und Optimierung der Benutzererfahrung
 - 1.8.3. Retargeting
- 1.9. Künstliche Intelligenz und digitales Unternehmertum
 - 1.9.1. Wachstumsstrategien auf der Grundlage von künstlicher Intelligenz
 - 1.9.2. Fortgeschrittene Datenanalyse
 - 1.9.3. Preisoptimierung
 - 1.9.4. Branchenspezifische Anwendungen
- 1.10. Anwendungen der künstlichen Intelligenz für Start-ups und aufstrebende Unternehmen
 - 1.10.1. Herausforderungen und Chancen
 - 1.10.2. Branchenspezifische Anwendungen
 - 1.10.3. Integration von künstlicher Intelligenz in bestehende Produkte

“

Identifizieren Sie Inhalte und Vertriebsmöglichkeiten mithilfe von Technologien wie Evergage und automatisieren Sie Workflows und Lead-Tracking mit Segment“

05

Studienmethodik

TECH ist die erste Universität der Welt, die die Methodik der **case studies** mit **Relearning** kombiniert, einem 100%igen Online-Lernsystem, das auf geführten Wiederholungen basiert.

Diese disruptive pädagogische Strategie wurde entwickelt, um Fachleuten die Möglichkeit zu bieten, ihr Wissen zu aktualisieren und ihre Fähigkeiten auf intensive und gründliche Weise zu entwickeln. Ein Lernmodell, das den Studenten in den Mittelpunkt des akademischen Prozesses stellt und ihm die Hauptrolle zuweist, indem es sich an seine Bedürfnisse anpasst und die herkömmlichen Methoden beiseite lässt.



“

TECH bereitet Sie darauf vor, sich neuen Herausforderungen in einem unsicheren Umfeld zu stellen und in Ihrer Karriere erfolgreich zu sein“

Der Student: die Priorität aller Programme von TECH

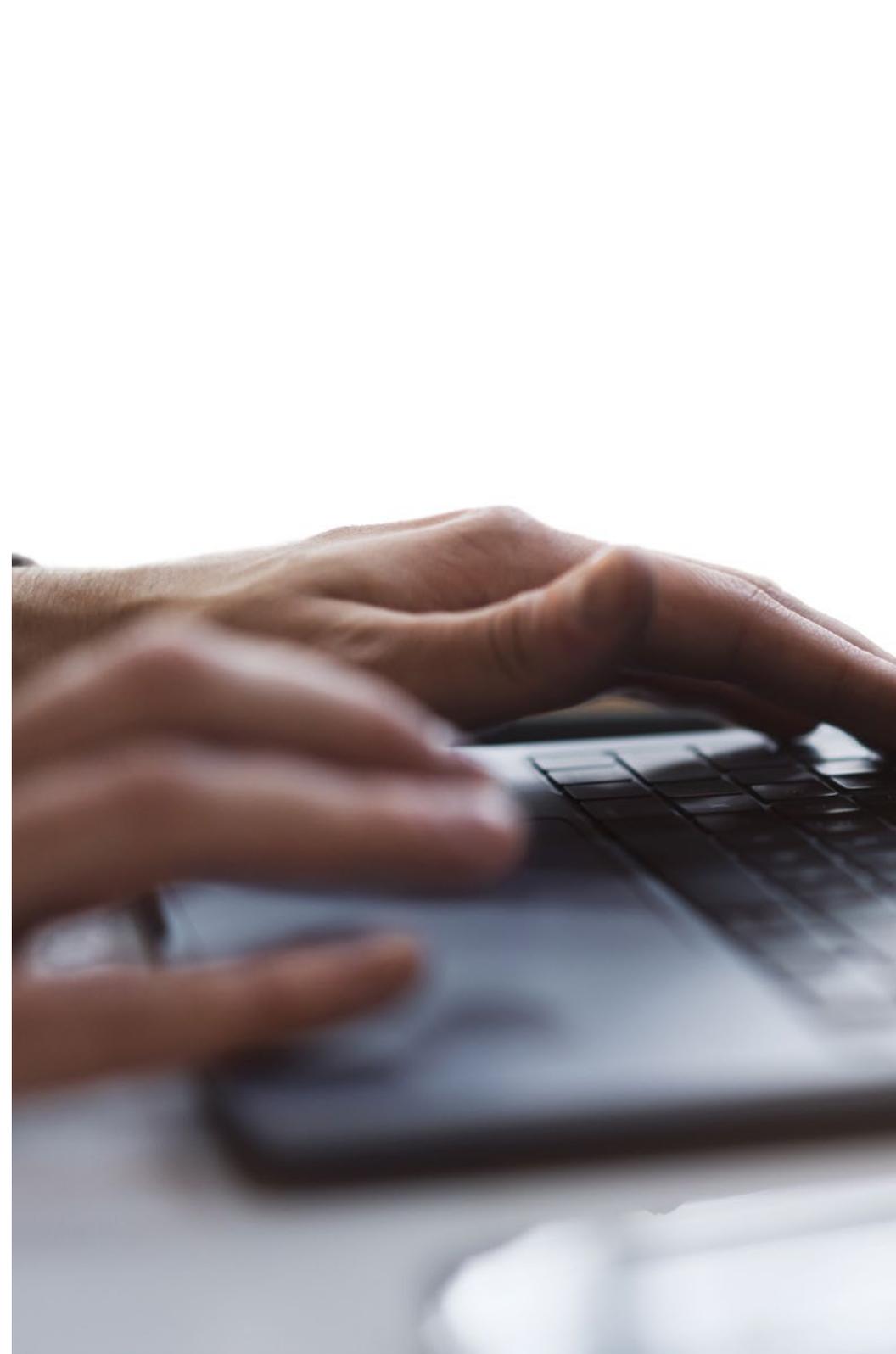
Bei der Studienmethodik von TECH steht der Student im Mittelpunkt.

Die pädagogischen Instrumente jedes Programms wurden unter Berücksichtigung der Anforderungen an Zeit, Verfügbarkeit und akademische Genauigkeit ausgewählt, die heutzutage nicht nur von den Studenten, sondern auch von den am stärksten umkämpften Stellen auf dem Markt verlangt werden.

Beim asynchronen Bildungsmodell von TECH entscheidet der Student selbst, wie viel Zeit er mit dem Lernen verbringt und wie er seinen Tagesablauf gestaltet, und das alles bequem von einem elektronischen Gerät seiner Wahl aus. Der Student muss nicht an Präsenzveranstaltungen teilnehmen, die er oft nicht wahrnehmen kann. Die Lernaktivitäten werden nach eigenem Ermessen durchgeführt. Er kann jederzeit entscheiden, wann und von wo aus er lernen möchte.



*Bei TECH gibt es KEINE Präsenzveranstaltungen
(an denen man nie teilnehmen kann)*



Die international umfassendsten Lehrpläne

TECH zeichnet sich dadurch aus, dass sie die umfassendsten Studiengänge im universitären Umfeld anbietet. Dieser Umfang wird durch die Erstellung von Lehrplänen erreicht, die nicht nur die wesentlichen Kenntnisse, sondern auch die neuesten Innovationen in jedem Bereich abdecken.

Durch ihre ständige Aktualisierung ermöglichen diese Programme den Studenten, mit den Veränderungen des Marktes Schritt zu halten und die von den Arbeitgebern am meisten geschätzten Fähigkeiten zu erwerben. Auf diese Weise erhalten die Studenten, die ihr Studium bei TECH absolvieren, eine umfassende Vorbereitung, die ihnen einen bedeutenden Wettbewerbsvorteil verschafft, um in ihrer beruflichen Laufbahn voranzukommen.

Und das von jedem Gerät aus, ob PC, Tablet oder Smartphone.

“

Das Modell der TECH ist asynchron, d. h. Sie können an Ihrem PC, Tablet oder Smartphone studieren, wo immer Sie wollen, wann immer Sie wollen und so lange Sie wollen“

Case studies oder Fallmethode

Die Fallmethode ist das am weitesten verbreitete Lernsystem an den besten Wirtschaftshochschulen der Welt. Sie wurde 1912 entwickelt, damit Studenten der Rechtswissenschaften das Recht nicht nur auf der Grundlage theoretischer Inhalte erlernten, sondern auch mit realen komplexen Situationen konfrontiert wurden. Auf diese Weise konnten sie fundierte Entscheidungen treffen und Werturteile darüber fällen, wie diese zu lösen sind. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard etabliert.

Bei diesem Lehrmodell ist es der Student selbst, der durch Strategien wie *Learning by doing* oder *Design Thinking*, die von anderen renommierten Einrichtungen wie Yale oder Stanford angewandt werden, seine berufliche Kompetenz aufbaut.

Diese handlungsorientierte Methode wird während des gesamten Studiengangs angewandt, den der Student bei TECH absolviert. Auf diese Weise wird er mit zahlreichen realen Situationen konfrontiert und muss Wissen integrieren, recherchieren, argumentieren und seine Ideen und Entscheidungen verteidigen. All dies unter der Prämisse, eine Antwort auf die Frage zu finden, wie er sich verhalten würde, wenn er in seiner täglichen Arbeit mit spezifischen, komplexen Ereignissen konfrontiert würde.



Relearning-Methode

Bei TECH werden die *case studies* mit der besten 100%igen Online-Lernmethode ergänzt: *Relearning*.

Diese Methode bricht mit traditionellen Lehrmethoden, um den Studenten in den Mittelpunkt zu stellen und ihm die besten Inhalte in verschiedenen Formaten zu vermitteln. Auf diese Weise kann er die wichtigsten Konzepte der einzelnen Fächer wiederholen und lernen, sie in einem realen Umfeld anzuwenden.

In diesem Sinne und gemäß zahlreicher wissenschaftlicher Untersuchungen ist die Wiederholung der beste Weg, um zu lernen. Aus diesem Grund bietet TECH zwischen 8 und 16 Wiederholungen jedes zentralen Konzepts innerhalb ein und derselben Lektion, die auf unterschiedliche Weise präsentiert werden, um sicherzustellen, dass das Wissen während des Lernprozesses vollständig gefestigt wird.

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.



Ein 100%iger virtueller Online-Campus mit den besten didaktischen Ressourcen

Um seine Methodik wirksam anzuwenden, konzentriert sich TECH darauf, den Studenten Lehrmaterial in verschiedenen Formaten zur Verfügung zu stellen: Texte, interaktive Videos, Illustrationen und Wissenskarten, um nur einige zu nennen. Sie alle werden von qualifizierten Lehrkräften entwickelt, die ihre Arbeit darauf ausrichten, reale Fälle mit der Lösung komplexer Situationen durch Simulationen, dem Studium von Zusammenhängen, die für jede berufliche Laufbahn gelten, und dem Lernen durch Wiederholung mittels Audios, Präsentationen, Animationen, Bildern usw. zu verbinden.

Die neuesten wissenschaftlichen Erkenntnisse auf dem Gebiet der Neurowissenschaften weisen darauf hin, dass es wichtig ist, den Ort und den Kontext, in dem der Inhalt abgerufen wird, zu berücksichtigen, bevor ein neuer Lernprozess beginnt. Die Möglichkeit, diese Variablen individuell anzupassen, hilft den Menschen, sich zu erinnern und Wissen im Hippocampus zu speichern, um es langfristig zu behalten. Dies ist ein Modell, das als *Neurocognitive context-dependent e-learning* bezeichnet wird und in diesem Hochschulstudium bewusst angewendet wird.

Zum anderen, auch um den Kontakt zwischen Mentor und Student so weit wie möglich zu begünstigen, wird eine breite Palette von Kommunikationsmöglichkeiten angeboten, sowohl in Echtzeit als auch zeitversetzt (internes Messaging, Diskussionsforen, Telefondienst, E-Mail-Kontakt mit dem technischen Sekretariat, Chat und Videokonferenzen).

Darüber hinaus wird dieser sehr vollständige virtuelle Campus den Studenten der TECH die Möglichkeit geben, ihre Studienzeiten entsprechend ihrer persönlichen Verfügbarkeit oder ihren beruflichen Verpflichtungen zu organisieren. Auf diese Weise haben sie eine globale Kontrolle über die akademischen Inhalte und ihre didaktischen Hilfsmittel, in Übereinstimmung mit ihrer beschleunigten beruflichen Weiterbildung.



Der Online-Studienmodus dieses Programms wird es Ihnen ermöglichen, Ihre Zeit und Ihr Lerntempo zu organisieren und an Ihren Zeitplan anzupassen“

Die Wirksamkeit der Methode wird durch vier Schlüsselergebnisse belegt:

1. Studenten, die diese Methode anwenden, nehmen nicht nur Konzepte auf, sondern entwickeln auch ihre geistigen Fähigkeiten durch Übungen zur Bewertung realer Situationen und zur Anwendung ihres Wissens.
2. Das Lernen basiert auf praktischen Fähigkeiten, die es den Studenten ermöglichen, sich besser in die reale Welt zu integrieren.
3. Eine einfachere und effizientere Aufnahme von Ideen und Konzepten wird durch die Verwendung von Situationen erreicht, die aus der Realität entstanden sind.
4. Das Gefühl der Effizienz der investierten Anstrengung wird zu einem sehr wichtigen Anreiz für die Studenten, was sich in einem größeren Interesse am Lernen und einer Steigerung der Zeit, die für die Arbeit am Kurs aufgewendet wird, niederschlägt.

Die von ihren Studenten am besten bewertete Hochschulmethodik

Die Ergebnisse dieses innovativen akademischen Modells lassen sich an der Gesamtzufriedenheit der Absolventen der TECH ablesen.

Die Studenten bewerten die Qualität der Lehre, die Qualität der Materialien, die Kursstruktur und die Ziele als hervorragend. So überrascht es nicht, dass die Einrichtung von ihren Studenten auf der Bewertungsplattform Trustpilot mit 4,9 von 5 Punkten am besten bewertet wurde.

Sie können von jedem Gerät mit Internetanschluss (Computer, Tablet, Smartphone) auf die Studieninhalte zugreifen, da TECH in Sachen Technologie und Pädagogik führend ist.

Sie werden die Vorteile des Zugangs zu simulierten Lernumgebungen und des Lernens durch Beobachtung, d. h. Learning from an expert, nutzen können.



In diesem Programm stehen Ihnen die besten Lehrmaterialien zur Verfügung, die sorgfältig vorbereitet wurden:



Studienmaterial

Alle didaktischen Inhalte werden von den Fachkräfte, 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 ein audiovisuelles Format übertragen, das unsere Online-Arbeitsweise mit den neuesten Techniken ermöglicht, die es uns erlauben, Ihnen eine hohe Qualität in jedem der Stücke zu bieten, die wir Ihnen zur Verfügung stellen werden.



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.



Interaktive Zusammenfassungen

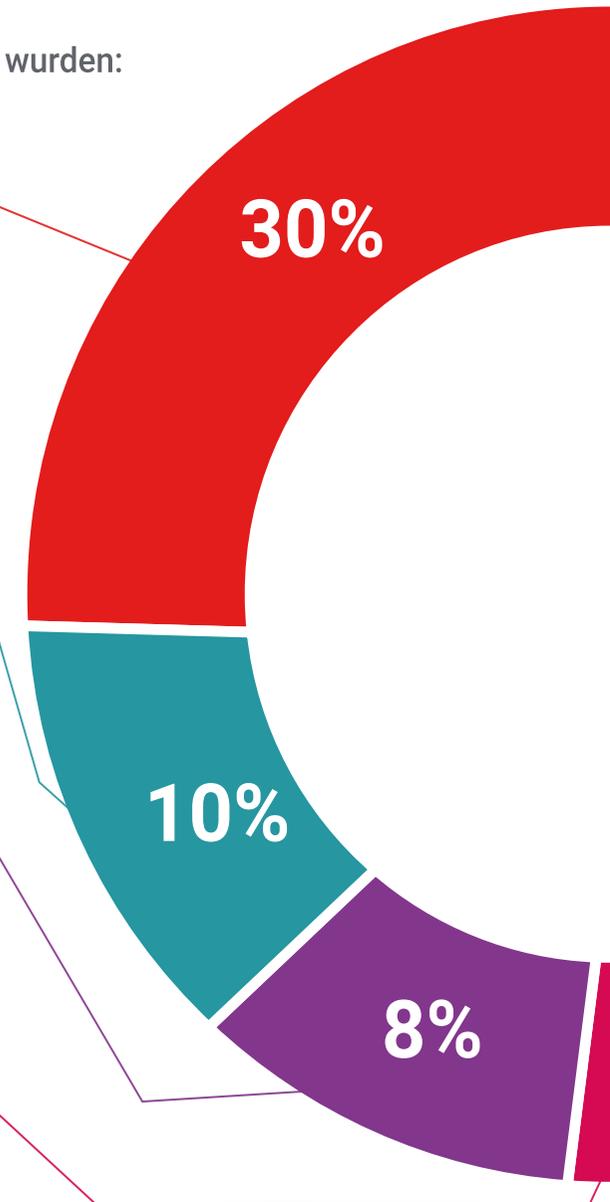
Wir präsentieren die Inhalte auf attraktive und dynamische Weise in multimedialen Pillen, Audios, Videos, Bilder, Diagramme und konzeptionelle Karten enthalten, um das Wissen zu festigen.

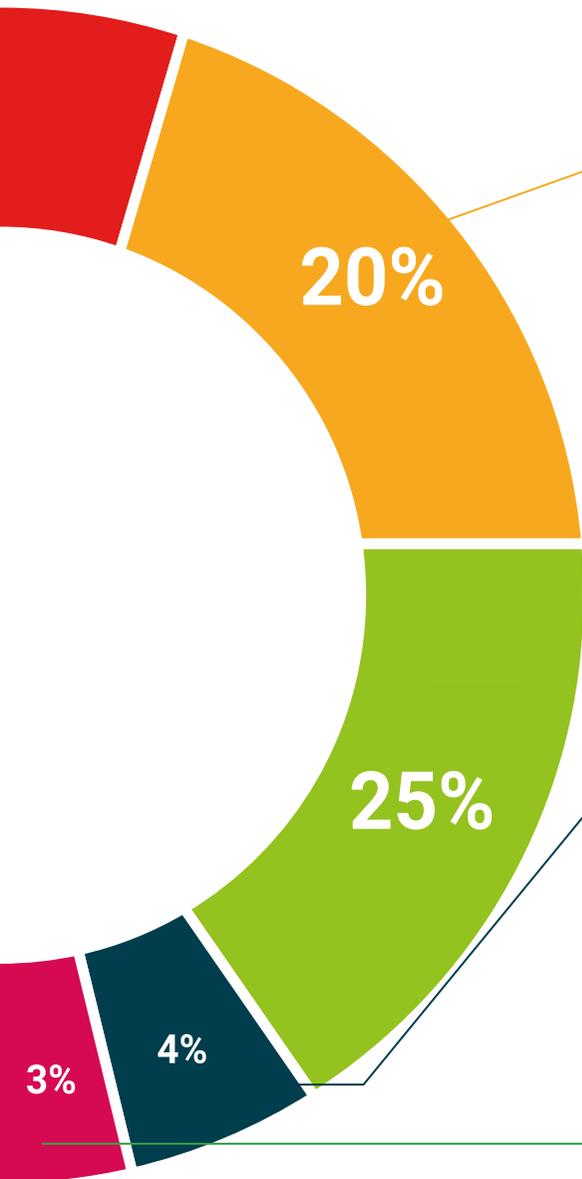
Dieses einzigartige System für die Präsentation multimedialer Inhalte wurde von Microsoft als „Europäische Erfolgsgeschichte“ ausgezeichnet.



Weitere Lektüren

Aktuelle Artikel, Konsensdokumente, internationale Leitfäden... In unserer virtuellen Bibliothek haben Sie Zugang zu allem, was Sie für Ihre Ausbildung benötigen.





Case Studies

Sie werden eine Auswahl der besten case studies zu diesem Thema bearbeiten. Die Fälle werden von den besten Spezialisten der internationalen Szene präsentiert, analysiert und betreut.



Testing & Retesting

Während des gesamten Programms werden Ihre Kenntnisse in regelmäßigen Abständen getestet und wiederholt. Wir tun dies auf 3 der 4 Ebenen der Millerschen Pyramide.



Classes

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt. Das sogenannte Learning from an Expert stärkt das Wissen und das Gedächtnis und schafft Vertrauen in unsere zukünftigen schwierigen Entscheidungen.



Quick Action Guides

TECH bietet die wichtigsten Inhalte des Kurses in Form von Arbeitsblättern oder Kurzanleitungen an. Ein synthetischer, praktischer und effektiver Weg, um dem Studenten zu helfen, in seinem Lernen voranzukommen.



06

Qualifizierung

Der Universitätskurs in Digitales Marketing und E-Commerce mit Künstlicher Intelligenz 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 **Universitätskurs in Digitales Marketing und E-Commerce mit Künstlicher Intelligenz** 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: **Universitätskurs in Digitales Marketing und E-Commerce mit Künstlicher Intelligenz**

Modalität: **online**

Dauer: **6 Wochen**



*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

Universitätskurs
Digitales Marketing
und E-Commerce mit
Künstlicher Intelligenz

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

Universitätskurs

Digitales Marketing
und E-Commerce mit
Künstlicher Intelligenz