Universitätsexperte

Management und Ausführung von durch Künstliche Intelligenz Optimierten Digitalen Marketingstrategien

tech technologische universität

tech technologische universität

Universitätsexperte
Management und Ausführung von durch Künstliche Intelligenz Optimierten Digitalen Marketingstrategien

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

Internetzugang: **www.techtitute.com/de/kunstliche-intelligenz/spezialisierung/spezialisierung-management-ausfuhrung-kunstliche-intelligenz-optimierten-digitalen-marketingstrategien**

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

Die Werkzeuge der künstlichen Intelligenz (KI) für SEO spielen eine wichtige Rolle im digitalen Marketing. Diese Systeme werden eingesetzt, um die Sichtbarkeit in Suchmaschinen zu verbessern und Online-Werbestrategien zu optimieren. Zu diesem Zweck analysieren diese Ressourcen Datensätze, um relevante Schlüsselwörter zu identifizieren, so dass Experten Schlüsselbegriffe für ihre Inhaltsstrategien auswählen können. Darüber hinaus dienen sie dazu, die Taktiken konkurrierender Unternehmen zu verfolgen und Chancen und Bedrohungen auf dem Markt ausfindig zu machen. In diesem Zusammenhang führt TECH eine revolutionäre Fortbildung ein, die Fachleuten die optimalsten Strategien der künstlichen Intelligenz vermittelt, um ihre Kommunikation mit den Kunden zu verbessern. Und das alles in einem 100%igen Online-Format, damit die Studenten es leichter haben.

Tauchen Sie ein in die Zukunftstrends der Content-Generierung mit maschinellem Lernen mit diesem 100%igen Online-Hochschulabschluss"

Der Einsatz von maschinellem Lernen im E-Mail-Marketing hilft Fachleuten dabei, effektivere und personalisierte Werbekampagnen zu entwerfen. Dies führt zu höheren Konversionsraten und damit zu einer höheren Kundenbindung. Darüber hinaus dient diese intelligente Technologie zur Vorhersage des zukünftigen Kundenverhaltens, wie z. B. der Wahrscheinlichkeit der Kündigung von Waren oder Dienstleistungen. Auf diese Weise können die Experten proaktiv Maßnahmen ergreifen, um Verluste oder andere damit verbundene Probleme zu vermeiden.

TECH ist sich dieser Bedeutung bewusst und hat ein innovatives Programm entwickelt, das auf die Individualisierung und Automatisierung von Kampagnen abzielt. Der Lehrplan wird sich mit verschiedenen Ressourcen zur Optimierung der Kommunikationsprozesse mit den Nutzern befassen, einschließlich virtueller Assistenten. Darüber hinaus werden ethische Überlegungen angestellt, um einen verantwortungsvollen Einsatz von künstlicher Intelligenz bei der Erstellung von Inhalten wie Videos oder Texten zu gewährleisten. Die Fortbildung wird auch ausführliche Analysen von Erfolgsgeschichten bei der Produktion von Informationen durch *Cognitive Computing* bieten. Auch die didaktischen Materialien werden sich mit den Zukunftstrends in diesem Bereich befassen, so dass die Studenten innovative Vorschläge zur Erweiterung ihres beruflichen Horizonts entwickeln können.

Um all diese Inhalte zu konsolidieren, nutzt TECH eine moderne Methodik, die zu 100% online ist und es den Fachleuten ermöglicht, ihr Wissen auf den neuesten Stand zu bringen, ohne dass sie täglich unbequeme Reisen zu Studienzentren unternehmen müssen. Darüber hinaus stehen den Studenten hervorragende Lehrmaterialien in verschiedenen Text- und Multimediaformaten zur Verfügung (u. a. Lektüren, Erklärungsvideos, Infografiken und Bewertungsübungen). Dies ermöglicht ihnen ein angenehmes und individuelles Lernerlebnis. Auf diese Weise können die Fachleute die vielfältigen Möglichkeiten nutzen, die ein sich ständig weiterentwickelnder technologischer Sektor bietet.

Dieser **Universitätsexperte in Management und Ausführung von durch Künstliche Intelligenz Optimierten Digitalen Marketingstrategien** enthält das vollständigste und aktuellste Bildungsprogramm auf dem Markt. Die hervorstechendsten Merkmale sind:

- Die Entwicklung von Fallstudien, die von Experten für künstliche Intelligenz in Marketing und Kommunikation vorgestellt werden
- Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt vermittelt alle für die berufliche Praxis unverzichtbaren praktischen Informationen
- Praktische Übungen, bei denen der Selbstbewertungsprozess zur Verbesserung des Lernens genutzt 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

Sie werden sich durch die Optimierung der Preise und der Werbeaktionen mit Hilfe der neuesten technologischen Systeme auszeichnen"

Berücksichtigen Sie die Gefühle Ihrer Kunden während Ihrer Verfahren dank der Analyse ihrer Rückmeldungen auf Plattformen wie Facebook oder X"

Erstellen Sie mit Hilfe von künstlicher Intelligenz fortgeschrittene Texte, die Sie anschließend in Blogs und sozialen Netzwerken veröffentlichen.

Sie werden Zugang zu einem Lernsystem haben, das auf Wiederholung basiert, mit natürlichem und progressivem Unterricht während des gesamten Lehrplans.

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

02

Ziele

Dieser Hochschulabschluss macht die Studenten zu echten Experten für digitale Marketingstrategien unter Einsatz von künstlicher Intelligenz. Die Studenten werden effektiv mit den modernsten Werkzeugen des maschinellen Lernens umgehen, die es ihnen ermöglichen, das Nutzererlebnis sowohl auf Websites als auch in den wichtigsten sozialen Netzwerken zu individualisieren. Auf diese Weise führen sie prädiktive Analysen durch und nutzen *Big Data*, um Trends in der Kommunikationsbranche vorherzusagen. Darüber hinaus werden die Experten Automatisierungsprozesse durchführen, um die Kundenpräferenzen zu analysieren und die Zielgruppe genau zu segmentieren.

Möchten Sie einen sofortigen Qualitätssprung in Ihrer Karriere erleben? Erreichen Sie ihn mit TECH in nur 540 Stunden"

Allgemeine Ziele

- Verstehen der Grundlagen, wie KI die digitalen Marketingstrategien verändert
- Entwickeln, Integrieren und Verwalten von *Chatbots* und virtuellen Assistenten zur Verbesserung der Interaktion mit Kunden
- Vertiefen der Automatisierung und Optimierung des Online-Werbeeinkaufs durch programmatische Werbung mit KI
- Interpretieren von *Big Data* für strategische Entscheidungen im digitalen Marketing
- Anwenden von KI auf E-Mail-Marketingstrategien zur Personalisierung und Automatisierung von Kampagnen
- Erforschen zukünftiger Trends im Bereich KI für digitales Marketing und Verstehen ihrer potenziellen Auswirkungen auf die Branche

Erhalten Sie Zugang zu einem flexiblen Universitätsprogramm ohne feste Zeiten und mit Inhalten, die 24 Stunden am Tag verfügbar sind“

Spezifische Ziele

Modul 1. Künstliche Intelligenz in digitalen Marketingstrategien

- Umsetzen von Transformationsprozessen im digitalen Marketing mit KI
- Steuern der fortschrittlichsten *Machine-Learning*-Tools für die Kundenkommunikation
- Personalisieren von Nutzererfahrungen auf Websites und in sozialen Netzwerken
- Entwickeln von *Chatbots* und virtuellen Assistenten im digitalen Marketing

Modul 2. Inhaltserstellung mit KI

- Beherrschen von KI-Systemen zur Optimierung von SEO und SEM
- Durchführen prädiktiver Analysen und Verwenden von *Big Data* im digitalen Marketing
- Einsetzen von E-Mail-Marketing zur Personalisierung und Automatisierung von Kampagnen
- Analysieren der zukünftigen Trends in der KI für digitales Marketing

Modul 3. Automatisierung und Optimierung von Marketingprozessen mit KI

- Entwickeln von Prozessen zur Marketing-Automatisierung mit KI
- Integrieren der Daten und Plattformen in automatisierte Marketingstrategien
- Optimieren von Werbekampagnen durch maschinelles Lernen
- Analysieren der Stimmung in sozialen Netzwerken mit KI zur Nutzung des Kundenfeedbacks

03

Kursleitung

Dank des Engagements von TECH, das Bildungsniveau aller ihrer Hochschulabschlüsse auf das höchste Niveau zu heben, verfügt dieser Universitätsexperte über einen Lehrkörper, der sich aus Fachleuten für künstliche Intelligenz in Marketing und Kommunikation zusammensetzt. Diese Spezialisten verfügen über einen umfangreichen beruflichen Hintergrund, der es ihnen ermöglicht hat, in renommierten internationalen Unternehmen tätig zu sein. Auf diese Weise verfügen diese Experten über ein fundiertes Fachwissen und arbeiten mit den modernsten Werkzeugen der künstlichen Intelligenz, um hoch innovative Produkte zu entwickeln. So haben die Studenten die Garantie, dass sie in den Genuss von Lehrinhalten kommen, die in vollem Umfang gültig sind.

Ein erfahrenes Lehrteam begleitet sie während des gesamten Lernprozesses und klärt alle Zweifel, die sie haben“

Leitung

Dr. Peralta Martín-Palomino, Arturo

- CEO und CTO bei Prometeus 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

Hr. Sánchez Mansilla, Rodrigo

- *Digital Advisor* bei AI Shepherds GmbH
- *Digital Account Manager* bei Kill Draper
- *Head of Digital* bei Kuarere
- *Digital Marketing Manager* bei Arconi Solutions, Deltoid Energy und Brinergy Tech
- *Founder and National Sales and Marketing Manager*
- Masterstudiengang in Digitales Marketing (MDM) von The Power Business School
- Hochschulabschluss in Business Administration (BBA) von der Universität von Buenos Aires

Professoren

Fr. Parreño Rodríguez, Adelaida

- *Technical Developer & Energy Communities Engineer* bei den Projekten PHOENIX und FLEXUM
- *Technical Developer & Energy Communities Engineer* an der Universität von Murcia
- *Manager in Research & Innovation in European Projects* an der Universität von Murcia
- Erstellerin von Inhalten bei Global UC3M Challenge
- Ginés Huertas Martínez Preis (2023)
- Masterstudiengang in Erneuerbare Energien an der Polytechnischen Universität von Cartagena
- Hochschulabschluss in Elektrotechnik (zweisprachig) von der Universität Carlos III von Madrid

Fr. González Risco, Verónica

- *Freelance*-Beraterin für digitales Marketing
- *Product Marketing*/Internationale Geschäftsentwicklung bei UNIR - Die Universität im Internet
- *Digital Marketing Specialist* bei Código Kreativo Comunicación SL
- Masterstudiengang in *Online Marketing* und Werbemanagement bei Indisoft-Upgrade
- Hochschulabschluss in Betriebswirtschaftslehre an der Universität von Almeria

04

Struktur und Inhalt

Mit diesem Universitätsexperten erwerben die Studenten einen umfassenden Ansatz für die effektivsten Strategien der künstlichen Intelligenz im Marketing. Das Programm bietet Werkzeuge zur Optimierung der Kundenbeziehungen (einschließlich *Chatbots*, *Big Data* und E-Mail-Marketing). Die Absolventen werden ihre Werbekampagnen personalisieren und automatisieren, um eine größere Reichweite zu erzielen. Der Lehrplan befasst sich auch mit der Generierung von Inhalten unter Verwendung von Tools wie ChatGPT. Gleichzeitig wird das Material die Stimmung der Kunden analysieren, indem das *Feedback*, das sie über soziale Netzwerke geben, genutzt wird. Auf diese Weise lernen die Experten das Verhalten der Kunden kennen und können bessere digitale Erfahrungen anbieten.

TECH ist eine Universität an der Spitze der Technologie, die ihren Studenten alle Ressourcen zur Verfügung stellt, um ihnen zu helfen, geschäftlichen Erfolg zu erzielen"

Modul 1. Künstliche Intelligenz in digitalen Marketingstrategien

1.1. Transformation des digitalen Marketings mit KI und ChatGPT
- 1.1.1. Einführung in die digitale Transformation
- 1.1.2. Auswirkungen auf die *Content*-Strategie
- 1.1.3. Automatisierung von Marketing-Prozessen
- 1.1.4. Entwicklung der Kundenerfahrung

1.2. KI-Tools für SEO und SEM: KeywordInsights und DiiB
- 1.2.1. Keyword-Optimierung mit KI
- 1.2.2. Wettbewerbsanalyse
- 1.2.3. Vorhersage von Suchtrends
- 1.2.4. Intelligentes Zielgruppen-Targeting

1.3. Anwendung der KI in sozialen Netzwerken
- 1.3.1. Stimmungsanalyse mit MonkeyLearn
- 1.3.2. Erkennung sozialer Trends
- 1.3.3. Automatisierung von Veröffentlichungen mit Metricool
- 1.3.4. Automatisierte Inhaltserstellung mit Predis

1.4. KI-Tools für die Kundenkommunikation
- 1.4.1. Personalisierte Chatbots mit Dialogflow
- 1.4.2. Automatisierte E-Mail-Antwortsysteme mit Mailchimp
- 1.4.3. Echtzeit-Antwort-Optimierung mit Freshchat
- 1.4.4. Kunden-*Feedback*-Analyse mit SurveyMonkey

1.5. Personalisierung der Nutzererfahrung von KI-gestützten Tools und Websites
- 1.5.1. Personalisierte Empfehlungen
- 1.5.2. Anpassung der Benutzeroberfläche
- 1.5.3. Dynamische Publikumssegmentierung
- 1.5.4. Intelligente A/B-Tests mit VWO (Visual Website Optimizer)

1.6. Chatbots und virtuelle Assistenten im digitalen Marketing
- 1.6.1. Proaktive Interaktion mit MobileMonkey
- 1.6.2. Multichannel-Integration mit Tars
- 1.6.3. Kontextabhängige Antworten mit Chatfuel
- 1.6.4. Konversationsanalyse mit Botpress

1.7. Programmatische Werbung mit KI
- 1.7.1. Fortgeschrittene Segmentierung mit Adroll
- 1.7.2. Echtzeit-Optimierung mit WordStream
- 1.7.3. Automatisches Bieten mit BidIQ
- 1.7.4. Analyse der Ergebnisse

1.8. Prädiktive Analytik und *Big Data* im digitalen Marketing
- 1.8.1. Vorhersage von Markttrends
- 1.8.2. Fortgeschrittene Attributionsmodelle
- 1.8.3. Prädiktive Zielgruppensegmentierung
- 1.8.4. Stimmungsanalyse in *Big Data*

1.9. KI und E-Mail-Marketing für Personalisierung und Kampagnenautomatisierung
- 1.9.1. Dynamische Listensegmentierung
- 1.9.2. Dynamische E-Mail-Inhalte
- 1.9.3. Workflow-Automatisierung mit Brevo
- 1.9.4. Optimierung der Öffnungsrate mit Benchmark Email

1.10. Zukünftige Trends in der KI für digitales Marketing
- 1.10.1. Fortgeschrittene konversationelle KI
- 1.10.2. Integration von erweiterter Realität mit ZapWorks
- 1.10.3. Betonung der KI-Ethik
- 1.10.4. KI in der Inhaltserstellung

Modul 2. Inhaltserstellung mit KI

2.1. *Prompt*-Technik in ChatGPT
- 2.1.1. Verbesserung der Qualität der generierten Inhalte
- 2.1.2. Strategien zur Optimierung der Modellleistung
- 2.1.3. Entwerfen effektiver *Prompts*

2.2. KI-Bilderzeugungstools mittels ChatGPT
- 2.2.1. Objekterkennung und -erzeugung
- 2.2.2. Anwenden von benutzerdefinierten Stilen und Filtern auf Bilder
- 2.2.3. Methoden zur Verbesserung der visuellen Qualität von Bildern

2.3. Videoerstellung mit KI
  2.3.1. Werkzeuge zur Automatisierung der Videobearbeitung
  2.3.2. Sprachsynthese und automatische Nachvertonung
  2.3.3. Techniken zur Objektverfolgung und Animation
2.4. Texterstellung mit KI für Blogging und soziale Netzwerke durch ChatGPT
  2.4.1. Strategien zur Verbesserung der SEO-Positionierung in generierten Inhalten
  2.4.2. Einsatz von KI zur Vorhersage und Erstellung von *Content*-Trends
  2.4.3. Erstellen attraktiver Überschriften
2.5. Personalisierung von Inhalten mit KI für unterschiedliche Zielgruppen durch die Verwendung von Optimizely
  2.5.1. Identifizierung und Analyse von Zielgruppenprofilen
  2.5.2. Dynamische Anpassung von Inhalten entsprechend den Nutzerprofilen
  2.5.3. Prädiktive Segmentierung des Publikums
2.6. Ethische Überlegungen zum verantwortungsvollen Einsatz von KI bei der Erstellung von Inhalten
  2.6.1. Transparenz bei der Erstellung von Inhalten
  2.6.2. Verhinderung von Voreingenommenheit und Diskriminierung bei der Erstellung von Inhalten
  2.6.3. Kontrolle und menschliche Aufsicht in generativen Prozessen
2.7. Analyse von Erfolgsgeschichten in der KI-Inhaltserstellung
  2.7.1. Identifizierung von Schlüsselstrategien in erfolgreichen Fällen
  2.7.2. Anpassung an verschiedene Sektoren
  2.7.3. Bedeutung der Zusammenarbeit zwischen KI-Spezialisten und Fachleuten des Sektors
2.8. Integration von KI-generierten Inhalten in digitale Marketingstrategien
  2.8.1. Optimierung von Werbekampagnen mit Erstellung von Inhalten
  2.8.2. Personalisierung der Nutzererfahrung
  2.8.3. Automatisierung von Marketingprozessen
2.9. Zukünftige Trends bei der Erstellung von Inhalten mit KI
  2.9.1. Erweiterte und nahtlose Integration von Text, Bild und Audio
  2.9.2. Hyper-personalisierte Inhaltserstellung
  2.9.3. Verbesserte KI-Entwicklung bei der Emotionserkennung
2.10. Bewertung und Messung der Auswirkungen von KI-generierten Inhalten
  2.10.1. Geeignete Metriken zur Bewertung der Leistung von generierten Inhalten
  2.10.2. Messung des *Engagement* des Publikums
  2.10.3. Kontinuierliche Verbesserung von Inhalten durch Analyse

Modul 3. Automatisierung und Optimierung von Marketingprozessen mit KI

3.1. Marketing-Automatisierung mit KI durch Hubspot
  3.1.1. KI-basierte Zielgruppensegmentierung
  3.1.2. *Workflow*-Automatisierung
  3.1.3. Kontinuierliche Optimierung von Online-Kampagnen
3.2. Integration von Daten und Plattformen in automatisierte Marketing-Strategien
  3.2.1. Analyse und Vereinheitlichung von Multichannel-Daten
  3.2.2. Verbindung zwischen verschiedenen Marketingplattformen
  3.2.3. Datenaktualisierung in Echtzeit
3.3. Optimierung von Werbekampagnen mit KI durch Google Ads
  3.3.1. Prädiktive Analyse der Anzeigenleistung
  3.3.2. Automatische Anzeigenpersonalisierung je nach Zielgruppe
  3.3.3. Automatische Budgetanpassung auf Grundlage der Ergebnisse
3.4. Publikumspersonalisierung mit KI
  3.4.1. Inhaltssegmentierung und Personalisierung
  3.4.2. Personalisierte Inhaltsempfehlungen
  3.4.3. Automatische Identifizierung von Zielgruppen oder homogenen Gruppen
3.5. Automatisierung der Kundenansprache durch KI
  3.5.1. *Chatbots* und maschinelles Lernen
  3.5.2. Automatische Antwortgenerierung
  3.5.3. Automatisches Lösen von Problemen
3.6. KI im E-Mail-Marketing für Automatisierung und Personalisierung
  3.6.1. Automatisierung von E-Mail-Sequenzen
  3.6.2. Dynamische Personalisierung von Inhalten entsprechend den Präferenzen
  3.6.3. Intelligente Segmentierung von Verteilerlisten

3.7. Stimmungsanalyse mit KI in sozialen Netzwerken und Kundenfeedback durch Lexalytics
- 3.7.1. Automatische Stimmungsüberwachung in Kommentaren
- 3.7.2. Personalisierte Antworten auf Emotionen
- 3.7.3. Prädiktive Reputationsanalyse

3.8. Optimierung von Preisen und Werbeaktionen mit KI durch Vendavo
- 3.8.1. Automatische Preisanpassung auf der Grundlage von prädiktiver Analytik
- 3.8.2. Automatische Generierung von an das Nutzerverhalten angepassten Angeboten
- 3.8.3. Wettbewerbs- und Preisanalyse in Echtzeit

3.9. Integration von KI in bestehende Marketing-Tools
- 3.9.1. Integration von KI-Funktionen in bestehende Marketingplattformen
- 3.9.2. Optimierung bestehender Funktionalitäten
- 3.9.3. Integration mit CRM-Systemen

3.10. Trends und Zukunft der Automatisierung mit KI im Marketing
- 3.10.1. KI zur Verbesserung der Benutzererfahrung
- 3.10.2. Prädiktiver Ansatz für Marketingentscheidungen
- 3.10.3. Konversationelle Werbung

Dieser Universitätsabschluss ermöglicht es Ihnen, Ihre beruflichen Ziele in nur 6 Monaten zu erreichen. Worauf warten Sie noch, um sich einzuschreiben?"

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 Informatikschulen 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 konfrontieren wir Sie in der Fallmethode, einer handlungsorientierten Lernmethode. Während des gesamten Kurses werden die Studenten mit mehreren realen Fällen konfrontiert. Sie müssen ihr gesamtes Wissen integrieren, recherchieren, argumentieren und ihre Ideen und Entscheidungen verteidigen.

Relearning Methodology

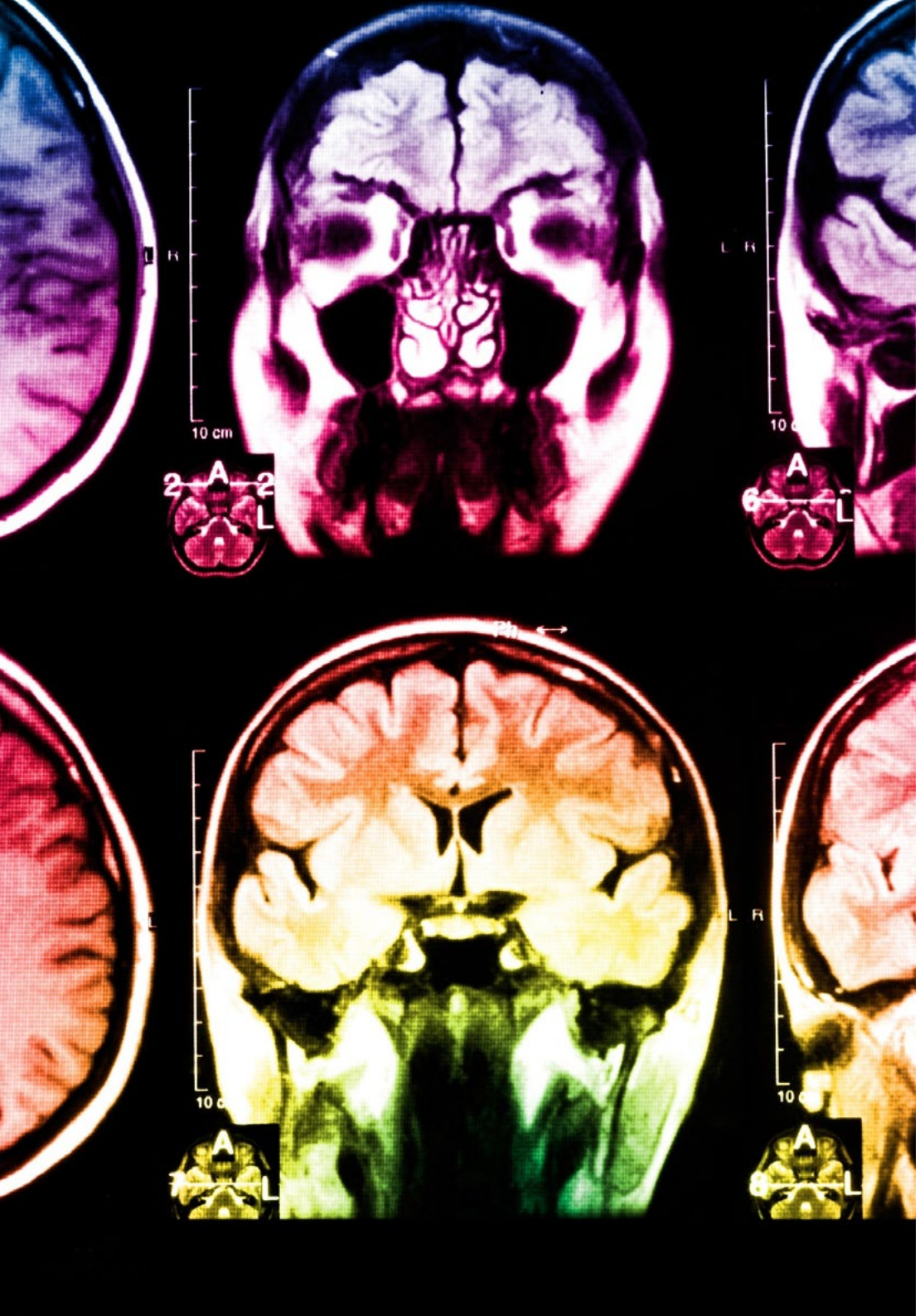
TECH kombiniert die Methodik der Fallstudien effektiv mit einem 100%igen Online-Lernsystem, das auf Wiederholung basiert und in jeder Lektion verschiedene didaktische Elemente kombiniert.

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 wird jedes dieser Elemente konzentrisch kombiniert. 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.

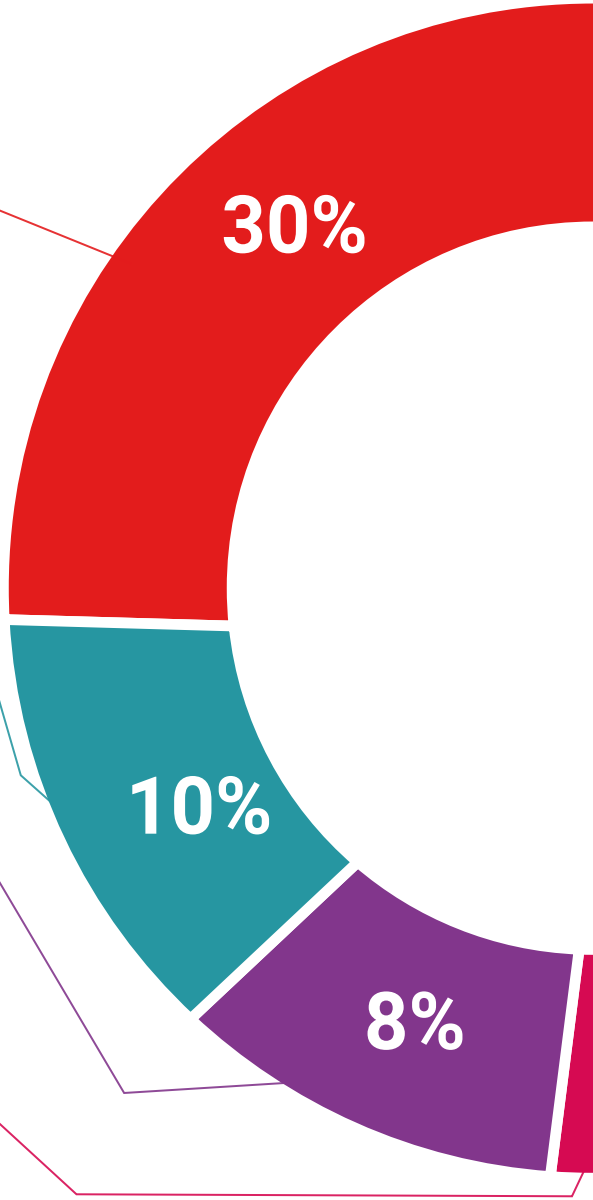
Das sogenannte Learning from an Expert festigt das Wissen und das Gedächtnis und schafft Vertrauen für zukünftige schwierige Entscheidungen.

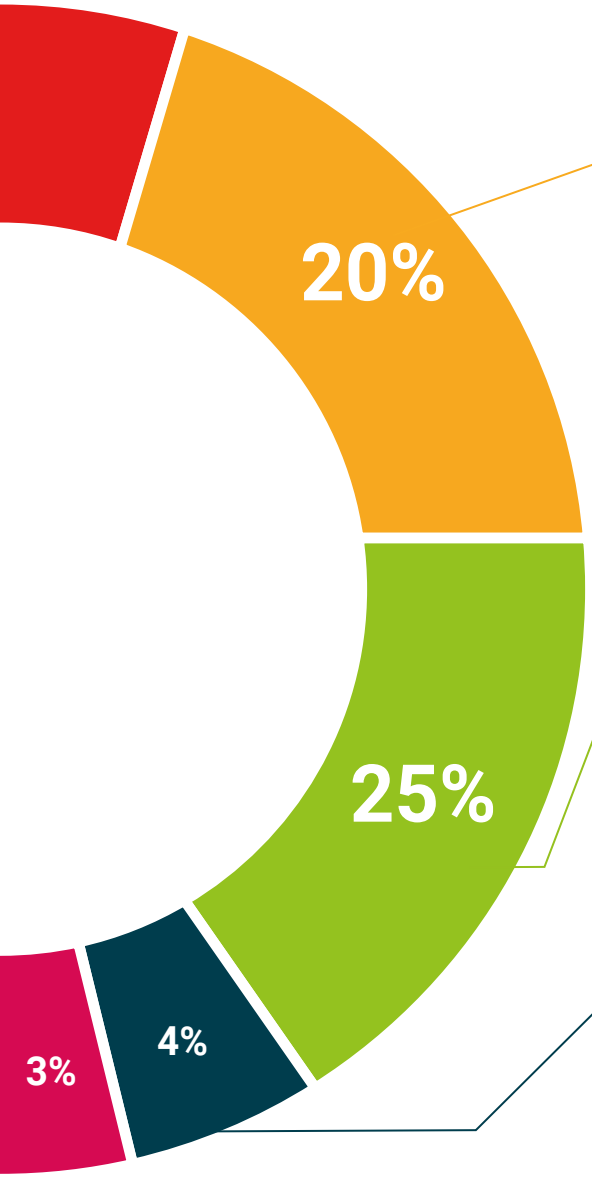
Übungen für Fertigkeiten und Kompetenzen

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 Management und Ausführung von durch Künstliche Intelligenz Optimierten Digitalen Marketingstrategien 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 **Management und Ausführung von durch Künstliche Intelligenz Optimierten Digitalen Marketingstrategien** 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 Management und Ausführung von durch Künstliche Intelligenz Optimierten Digitalen Marketingstrategien**

Modalität: **online**

Dauer: **6 Monate**

tech technologische universität

Verleiht dieses

DIPLOM

an

Herr/Frau _____, mit Ausweis-Nr. _____

Für den erfolgreichen Abschluss und die Akkreditierung des Programms

UNIVERSITÄTSEXPERTE

in

Management und Ausführung von durch Künstliche Intelligenz Optimierten Digitalen Marketingstrategien

Es handelt sich um einen von dieser Universität verliehenen Abschluss, mit einer Dauer von 450 Stunden, mit Anfangsdatum tt/mm/jjjj und Enddatum tt/mm/jjjj.

TECH ist eine private Hochschuleinrichtung, die seit dem 28. Juni 2018 vom Ministerium für öffentliche Bildung anerkannt ist.

Zum 17. Juni 2020

Tere Guevara Navarro
Rektorin

einzigartiger Code TECH: AFWOR23S techtitute.com/titel

» *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.

tech technologische universität

Universitätsexperte

Management und Ausführung von durch Künstliche Intelligenz Optimierten Digitalen Marketingstrategien

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

Universitätsexperte

Management und Ausführung von durch Künstliche Intelligenz Optimierten Digitalen Marketingstrategien

tech technologische universität