

# Programm für Managemententwicklung

## Marktforschung





## Programm für Managemententwicklung Marktforschung

- » Modalität: online
- » Dauer: **6 Monate**
- » Qualifizierung: **TECH** Technologische Universität
- » Aufwand: **16 Std./Woche**
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online
- » Gerichtet an: **Führungskräfte** oder mittleres Management mit nachweislicher Erfahrung in leitenden Bereichen.

Internetzugang: [www.techtitute.com/de/wirtschaftsschule/programm-managemententwicklung/marktforschung](http://www.techtitute.com/de/wirtschaftsschule/programm-managemententwicklung/marktforschung)

# Index

01

Willkommen

---

Seite 4

02

Warum an der TECH studieren?

---

Seite 6

03

Warum unser Programm?

---

Seite 10

04

Ziele

---

Seite 14

05

Struktur und Inhalt

---

Seite 18

06

Methodik

---

Seite 28

07

Profil unserer Studenten

---

Seite 36

08

Kursleitung

---

Seite 40

09

Auswirkung auf Ihre Karriere

---

Seite 44

10

Vorteile für Ihr Unternehmen

---

Seite 48

11

Qualifizierung

---

Seite 52

# 01

# Willkommen

Für den Verkaufserfolg von Unternehmen ist es von grundlegender Bedeutung, die Marktfähigkeit eines Produkts zu kennen, bevor es auf den Markt gebracht wird. In dieser hochkarätigen Fortbildung lernen Sie von renommierten Fachleuten die neuesten Techniken der Marktforschung kennen.

Eines der Hauptziele dieses Programms in Marktforschung von TECH ist es, Ihre persönliche und berufliche Entwicklung zu fördern und Ihnen zu helfen, in Ihrem Unternehmen erfolgreich zu sein.



Programm für Managemententwicklung in Marktforschung. TECH  
Technologische Universität



“

*Die Figur des aufrechten, unflexiblen und autoritären Managers ist überholt. Es hat sich ein neues Profil herausgebildet, das viel mehr den neuen Trends entspricht und sich dadurch auszeichnet, dass es technologisch versiert ist, seinen Mitarbeitern aktiv zuhört und seine Arbeit selbstkritisch betrachtet"*

02

# Warum an der TECH studieren?

TECH ist die weltweit größte 100%ige Online Business School. Es handelt sich um eine Elite-Business School mit einem Modell, das höchsten akademischen Ansprüchen genügt. Ein leistungsstarkes internationales Zentrum für die intensive Fortbildung von Führungskräften.



“

*TECH ist eine Universität an der Spitze der Technologie, die dem Studenten alle Ressourcen zur Verfügung stellt, um ihm zu helfen, geschäftlich erfolgreich zu sein"*

## Bei TECH Technologische Universität



### Innovation

Die Universität bietet ein Online-Lernmodell an, das modernste Bildungstechnologie mit höchster pädagogischer Genauigkeit verbindet. Eine einzigartige Methode mit höchster internationaler Anerkennung, die dem Studenten die Schlüssel für seine Entwicklung in einer Welt des ständigen Wandels liefert, in der Innovation der wesentliche Einsatz eines jeden Unternehmers sein muss.

*"Die Erfolgsgeschichte von Microsoft Europa"* für die Einbeziehung des neuen interaktiven Multivideosystems in unsere Programme.



### Maximalforderung

Das Zulassungskriterium von TECH ist nicht wirtschaftlich. Sie brauchen keine große Investitionen zu tätigen, um bei TECH zu studieren. Um jedoch einen Abschluss bei TECH zu erlangen, werden die Grenzen der Intelligenz und der Kapazität des Studenten getestet. Die akademischen Standards von TECH sind sehr hoch...

**95%** | der Studenten von TECH schließen ihr Studium erfolgreich ab



### Networking

Fachleute aus der ganzen Welt nehmen an der TECH teil, so dass der Student ein großes Netzwerk von Kontakten knüpfen kann, die für seine Zukunft nützlich sein werden.

**+100.000** jährlich spezialisierte Manager  
**+200** verschiedene Nationalitäten



### Empowerment

Der Student wird Hand in Hand mit den besten Unternehmen und Fachleuten von großem Prestige und Einfluss wachsen. TECH hat strategische Allianzen und ein wertvolles Netz von Kontakten zu den wichtigsten Wirtschaftsakteuren auf den 7 Kontinenten aufgebaut.

**+500** | Partnerschaften mit den besten Unternehmen



### Talent

Dieses Programm ist ein einzigartiger Vorschlag, um die Talente des Studenten in der Geschäftswelt zu fördern. Eine Gelegenheit für ihn, seine Anliegen und seine Geschäftsvision vorzutragen.

TECH hilft dem Studenten, sein Talent am Ende dieses Programms der Welt zu zeigen.



### Multikultureller Kontext

Ein Studium bei TECH bietet dem Studenten eine einzigartige Erfahrung. Er wird in einem multikulturellen Kontext studieren. In einem Programm mit einer globalen Vision, dank derer er die Arbeitsweise in verschiedenen Teilen der Welt kennenlernen und die neuesten Informationen sammeln kann, die am besten zu seiner Geschäftsidee passen.

Unsere Studenten kommen aus mehr als 200 Ländern.



TECH strebt nach Exzellenz und hat zu diesem Zweck eine Reihe von Merkmalen, die sie zu einer einzigartigen Universität machen:



### Analyse

---

TECH erforscht die kritische Seite des Studenten, seine Fähigkeit, Dinge zu hinterfragen, seine Problemlösungsfähigkeiten und seine zwischenmenschlichen Fähigkeiten.



### Akademische Spitzenleistung

---

TECH bietet dem Studenten die beste Online-Lernmethodik. Die Universität kombiniert die *Relearning*-Methode (die international am besten bewertete Lernmethode für Aufbaustudien) mit der Fallstudie. Tradition und Avantgarde in einem schwierigen Gleichgewicht und im Rahmen einer anspruchsvollen akademischen Laufbahn.



### Skaleneffekt

---

TECH ist die größte Online-Universität der Welt. Sie verfügt über ein Portfolio von mehr als 10.000 Hochschulabschlüssen. Und in der neuen Wirtschaft gilt: **Volumen + Technologie = disruptiver Preis**. Damit stellt TECH sicher, dass das Studium nicht so kostspielig ist wie an anderen Universitäten.



### Mit den Besten lernen

---

Das Lehrteam von TECH erklärt im Unterricht, was sie in ihren Unternehmen zum Erfolg geführt hat, und zwar in einem realen, lebendigen und dynamischen Kontext. Lehrkräfte, die sich voll und ganz dafür einsetzen, eine hochwertige Spezialisierung zu bieten, die es dem Studenten ermöglicht, in seiner Karriere voranzukommen und sich in der Geschäftswelt zu profilieren.

Lehrkräfte aus 20 verschiedenen Ländern.



*Bei TECH werden Sie Zugang zu den präzisesten und aktuellsten Fallstudien im akademischen Bereich haben"*

03

# Warum unser Programm?

Die Teilnahme am TECH-Programm bedeutet eine Vervielfachung der Chancen auf beruflichen Erfolg im Bereich der höheren Unternehmensführung.

Es ist eine Herausforderung, die Anstrengung und Hingabe erfordert, aber die Tür zu einer vielversprechenden Zukunft öffnet. Der Student wird von den besten Lehrkräften und mit den flexibelsten und innovativsten Lehrmethoden unterrichtet.



“

*Wir verfügen über das renommierteste Dozententeam und den umfassendsten Lehrplan auf dem Markt, so dass wir Ihnen eine Fortbildung auf höchstem akademischen Niveau bieten können"*

Dieses Programm bietet eine Vielzahl von beruflichen und persönlichen Vorteilen, darunter die Folgenden:

01

### Einen deutlichen Schub für die Karriere des Studenten

Mit einem Studium bei TECH wird der Student seine Zukunft selbst in die Hand nehmen und sein volles Potenzial entfalten können. Durch die Teilnahme an diesem Programm wird er die notwendigen Kompetenzen erwerben, um in kurzer Zeit eine positive Veränderung in seiner Karriere zu erreichen.

*70% der Teilnehmer dieser Spezialisierung erreichen in weniger als 2 Jahren eine positive Veränderung in ihrer Karriere.*

02

### Entwicklung einer strategischen und globalen Vision des Unternehmens

TECH bietet einen detaillierten Überblick über das allgemeine Management, um zu verstehen, wie sich jede Entscheidung auf die verschiedenen Funktionsbereiche des Unternehmens auswirkt.

*Die globale Vision des Unternehmens von TECH wird Ihre strategische Vision verbessern.*

03

### Konsolidierung des Studenten in der Unternehmensführung

Ein Studium an der TECH öffnet die Türen zu einem beruflichen Panorama von großer Bedeutung, so dass der Student sich als hochrangiger Manager mit einer umfassenden Vision des internationalen Umfelds positionieren kann.

*Sie werden mehr als 100 reale Fälle aus dem Bereich der Unternehmensführung bearbeiten.*

04

### Übernahme neuer Verantwortung

Während des Programms werden die neuesten Trends, Entwicklungen und Strategien vorgestellt, damit der Student seine berufliche Tätigkeit in einem sich verändernden Umfeld ausüben kann.

*45% der Studenten werden intern befördert.*

05

### Zugang zu einem leistungsfähigen Netzwerk von Kontakten

TECH vernetzt seine Studenten, um ihre Chancen zu maximieren. Studenten mit den gleichen Sorgen und dem Wunsch zu wachsen. So wird es möglich sein, Partner, Kunden oder Lieferanten zu teilen.

*Sie werden ein Netz von Kontakten finden, das für Ihre berufliche Entwicklung unerlässlich ist.*

06

### Rigoreuse Entwicklung von Unternehmensprojekten

Der Student wird eine tiefgreifende strategische Vision erlangen, die ihm helfen wird, sein eigenes Projekt unter Berücksichtigung der verschiedenen Bereiche des Unternehmens zu entwickeln.

*20% unserer Studenten entwickeln ihre eigene Geschäftsidee.*

07

### Verbesserung von *Soft Skills* und Führungsqualitäten

TECH hilft dem Studenten, sein erworbenes Wissen anzuwenden und weiterzuentwickeln und seine zwischenmenschlichen Fähigkeiten zu verbessern, um eine Führungspersönlichkeit zu werden, die etwas bewirkt.

*Verbessern Sie Ihre Kommunikations- und Führungsfähigkeiten und geben Sie Ihrer Karriere einen neuen Impuls.*

08

### Teil einer exklusiven Gemeinschaft sein

Der Student wird Teil einer Gemeinschaft von Elite-Managern, großen Unternehmen, renommierten Institutionen und qualifizierten Professoren der renommiertesten Universitäten der Welt sein: die Gemeinschaft der TECH Technologischen Universität.

*Wir bieten Ihnen die Möglichkeit, sich mit einem Team von international anerkannten Dozenten zu spezialisieren.*

# 04 Ziele

Dieses Programm ist darauf ausgerichtet, Management- und Führungsfähigkeiten zu stärken sowie neue Kompetenzen und Fähigkeiten zu entwickeln, die für Ihre berufliche Entwicklung von wesentlicher Bedeutung sein werden. Nach dem Programm werden sie in der Lage sein, globale Entscheidungen mit einer innovativen Perspektive und einer internationalen Vision zu treffen.



“

*Eines unserer grundlegenden Ziele ist es, Ihnen dabei zu helfen, die wesentlichen Kompetenzen für eine strategische Unternehmensführung zu entwickeln"*

**TECH macht sich die Ziele ihrer Studenten zu eigen.  
Gemeinsam arbeiten sie daran, diese zu erreichen.**

Der **Programm für Managemententwicklung in Marktforschung** wird den Studenten zu Folgendem befähigen:

01

Definieren der neusten Trends und Entwicklungen  
in der Unternehmensführung

02

Entwickeln von Strategien zur Entscheidungsfindung  
in einem komplexen und instabilen Umfeld

03

Entwickeln eines Marketingplans für das Unternehmen





04

Erkennen der Arten der Marktforschung und Wissen, wie man die für das Unternehmen am besten geeignete Methode anwendet

05

Entwickeln der wichtigsten Techniken der Marktforschung

06

Kennen der wichtigsten digitalen Tools für Marktanalysen und Metriken und Wissen, wie man sie anwendet

05

# Struktur und Inhalt

Das Programm für Managemententwicklung in Marktforschung ist ein für Berufstätige maßgeschneidertes Programm, das in einem 100%igen Online-Format unterrichtet wird, so dass sie die Zeit und den Ort wählen können, die am besten zu ihrer Verfügbarkeit, ihrem Zeitplan und ihren Interessen passen.

Ein Programm, das sich über 6 Monate erstreckt und eine einzigartige und anregende Erfahrung sein soll, die den Grundstein für ihren Erfolg als Manager und Unternehmer legt.



“

*Was Sie studieren, ist sehr wichtig. Die Fähigkeiten und Kompetenzen, die Sie erwerben, sind der Schlüssel. Sie werden keinen vollständigeren Lehrplan als diesen finden, glauben Sie uns..."*

## Lehrplan

Das Programm für Managemententwicklung in Marktforschung der TECH Technologischen Universität ist ein intensives Programm, das Sie darauf vorbereitet, Herausforderungen und Geschäftsentscheidungen sowohl national als auch international zu treffen.

Der Inhalt des Programms für Managemententwicklung in Marktforschung ist darauf ausgerichtet, die Entwicklung von Managementfähigkeiten zu fördern, die eine rigorosere Entscheidungsfindung in unsicheren Umgebungen ermöglichen.

Während der 900 Stunden Fortbildung analysieren die Studenten in Einzel- und Teamarbeit eine Vielzahl von praktischen Fällen. Es ist also ein echtes Eintauchen in reale Geschäftssituationen.

Dieses Programm für Managemententwicklung in Marktforschung befasst sich eingehend mit allen Finanzbereichen des Unternehmens und soll Manager weiterbilden, die das strategische Management aus einer strategischen, internationalen und innovativen Perspektive verstehen.

Ein Plan, der sich an Studenten richtet, die sich beruflich weiterentwickeln wollen, und der sie darauf vorbereitet, hervorragende Leistungen im Bereich Management und Unternehmensführung zu erbringen. Ein Programm, das ihre Bedürfnisse und die ihres Unternehmens durch innovative, auf den neuesten Trends basierende Inhalte versteht. Unterstützt durch die beste Lehrmethodik und einen außergewöhnlichen Lehrkörper, der ihnen die Fähigkeiten vermitteln wird, kritische Situationen auf kreative und effiziente Weise zu lösen.

Dieses Programm erstreckt sich über einen Zeitraum von 6 Monaten und ist in 6 Module unterteilt:

### Modul 1

Einführung in die Marktforschung

### Modul 2

Qualitative Forschungstechniken

### Modul 3

Quantitative Forschungstechniken

### Modul 4

Produktion der Marktforschung

### Modul 5

Internet-Analysen und -Metriken

### Modul 6

Analyse der Ergebnisse und Anwendungen der Marktforschung



### Wo, wann und wie wird unterrichtet?

TECH bietet die Möglichkeit, dieses Programm für Managemententwicklung in Marktforschung vollständig online zu erwerben. Während der 6-monatigen Spezialisierung wird der Student jederzeit auf alle Inhalte dieses Programms zugreifen können, was ihm die Möglichkeit gibt, seine Studienzzeit selbst zu verwalten.

*Eine einzigartige, wichtige und entscheidende Bildungserfahrung, um Ihre berufliche Entwicklung voranzutreiben und den endgültigen Sprung zu schaffen.*

## Modul 1. Einführung in die Marktforschung

### 1.1. Grundlagen der Marktforschung

- 1.1.1. Konzept der Marktforschung und des Marketings
- 1.1.2. Nützlichkeit der Marktforschung
- 1.1.3. Die Ethik der Marktforschung

### 1.2. Anwendungen der Marktforschung

- 1.2.1. Der Wert der Forschung für Manager
- 1.2.2. Faktoren für die Entscheidung, Marktforschung zu betreiben
- 1.2.3. Hauptziele der Marktforschung

### 1.3. Arten der Marktforschung

- 1.3.1. Explorative Forschung
- 1.3.2. Deskriptive Forschung
- 1.3.3. Kausale Forschung

### 1.4. Arten von Informationen

- 1.4.1. Ausarbeitung: primär und sekundär
- 1.4.2. Qualitativer Charakter
- 1.4.3. Quantitative Natur

### 1.5. Organisation der Marktforschung

- 1.5.1. Die interne Marktforschungsabteilung
- 1.5.2. Die Auslagerung der Forschung
- 1.5.3. Entscheidungsfaktoren: intern vs. extern

### 1.6. Management von Forschungsprojekten

- 1.6.1. Marktforschung als Prozess
- 1.6.2. Planungsphasen in der Marktforschung
- 1.6.3. Ausführungsphasen in der Marktforschung
- 1.6.4. Management eines Forschungsprojekts

### 1.7. Schreibtischstudien

- 1.7.1. Ziele von Schreibtischstudien
- 1.7.2. Quellen für Sekundärinformationen
- 1.7.3. Ergebnisse von Schreibtischstudien

### 1.8. Feldarbeit

- 1.8.1. Sammlung von Primärinformationen
- 1.8.2. Organisation der Sammlung von Informationen
- 1.8.3. Kontrolle der Interviewer

### 1.9. Online-Marktforschung

- 1.9.1. Quantitative Forschungsinstrumente in Onlinemärkten
- 1.9.2. Dynamische qualitative Kundenforschungsinstrumente

### 1.10. Der Vorschlag der Marktforschung

- 1.10.1. Zielsetzung und Methodik
- 1.10.2. Fristen für die Ausführung
- 1.10.3. Budgets

**Modul 2. Qualitative Forschungstechniken**

**2.1. Einführung in die Qualitative Forschung**

- 2.1.1. Ziele der qualitativen Forschung
- 2.1.2. Quellen für qualitative Informationen
- 2.1.3. Merkmale von qualitativen Informationen

**2.2. Gruppendynamik**

- 2.2.1. Konzepte und Ziele
- 2.2.2. Organisation und Durchführung
- 2.2.3. Ergebnisse der Gruppendynamik

**2.3. Das ausführliche Interview**

- 2.3.1. Konzepte und Ziele
- 2.3.2. Der Prozess des ausführlichen Interviews
- 2.3.3. Anwendung von ausführlichen Interviews

**2.4. Projektive Techniken**

- 2.4.1. Konzepte und Ziele
- 2.4.2. Wichtigste projektive Techniken

**2.5. Kreativitätstechniken**

- 2.5.1. Konzepte und Ziele
- 2.5.2. Intuitive Techniken: *Brainstorming*
- 2.5.3. Formale Techniken: Delphi-Methode
- 2.5.4. Andere Kreativitätstechniken

**2.6. Beobachtung als qualitative Technik**

- 2.6.1. Konzept und Anwendungen
- 2.6.2. Szenarien zur Beobachtung
- 2.6.3. Technische Ressourcen
- 2.6.4. Bewertung der Beobachtung

**2.7. Neuromarketing: Reaktionen des Gehirns**

- 2.7.1. Konzept und Anwendungen
- 2.7.2. Beobachtungsszenarien im *Neuromarketing*
- 2.7.3. Techniken des *Neuromarketings*

**2.8. Pseudo-Kauf**

- 2.8.1. Konzept und Anwendungen
- 2.8.2. Pseudo-Kaufszszenarien
- 2.8.3. Der *Mystery Shopper*

**2.9. Digitale qualitative Forschung**

- 2.9.1. Beschreibung und Merkmale
- 2.9.2. Wichtigste qualitative Online-Techniken

**2.10. Anwendung der qualitativen Forschung**

- 2.10.1. Ergebnisstruktur der qualitativen Forschung
- 2.10.2. Projektion der Ergebnisse qualitativer Forschung
- 2.10.3. Anwendungen zur Entscheidungsfindung

## Modul 3. Quantitative Forschungstechniken

### 3.1. Einführung in die quantitative Forschung

- 3.1.1. Ziele der quantitativen Forschung
- 3.1.2. Quellen für quantitative Informationen
- 3.1.3. Merkmale der quantitativen Informationen

### 3.2. Die persönliche Umfrage

- 3.2.1. Konzept und Merkmale
- 3.2.2. Arten von persönlichen Umfragen
- 3.2.3. Vor- und Nachteile der persönlichen Umfrage

### 3.3. Die Telefonumfrage

- 3.3.1. Konzept und Merkmale
- 3.3.2. Arten von persönlichen Umfragen
- 3.3.3. Vor- und Nachteile der persönlichen Umfrage

### 3.4. Die selbst durchgeführte Umfrage

- 3.4.1. Konzept und Merkmale
- 3.4.2. Internet-Umfrage
- 3.4.3. Umfragen per Post und E-Mail
- 3.4.4. Umfrage durch persönliche Zustellung

### 3.5. Der Omnibus

- 3.5.1. Konzept und Merkmale
- 3.5.2. Omnibus-Leistung
- 3.5.3. Typen von Omnibussen

### 3.6. Das Panel

- 3.6.1. Konzept und Merkmale
- 3.6.2. Panel-Ergebnisse
- 3.6.3. Panel-Typen

### 3.7. Das Tracking

- 3.7.1. Konzept und Merkmale
- 3.7.2. Ergebnisse des Tracking
- 3.7.3. Arten von Tracking

### 3.8. Beobachtung als Quantitative Technik

- 3.8.1. Konzept und Nutzen
- 3.8.2. Szenarien zur Beobachtung
- 3.8.3. Technische Ressourcen
- 3.8.4. Ergebnisse der quantitativen Beobachtung

### 3.9. Experimentieren

- 3.9.1. Konzept und Merkmale
- 3.9.2. Produktprüfung
- 3.9.3. Markttest

### 3.10. Anwendung der quantitativen Forschung

- 3.10.1. Ergebnisstruktur der quantitativen Forschung
- 3.10.2. Projektion der quantitativen Forschungsergebnisse
- 3.10.3. Anwendungen zur Entscheidungsfindung

## Modul 4. Produktion der Marktforschung

### 4.1. Der quantitative Fragebogen

- 4.1.1. Konzept, Funktionen und Typen
- 4.1.2. Phasen der Fragebogengestaltung
- 4.1.3. Aufbau des Fragebogens

### 4.2. Formulierung der Fragen

- 4.2.1. Arten von Fragen
- 4.2.2. Hierarchisierung der Fragen
- 4.2.3. Pretest des Fragebogens

### 4.3. Skalen zur Messung

- 4.3.1. Zweck und Arten von Skalen
- 4.3.2. Grundlegende, vergleichende und nicht-komparative Skalen
- 4.3.3. Erstellung und Bewertung von Skalen
- 4.3.4. Standardisierte Skalen

### 4.4. Entwerfen von webbasierten Fragebögen

- 4.4.1. Merkmale des Internet-Fragebogens
- 4.4.2. Aufbau des Online-Fragebogens
- 4.4.3. Wichtigste Medien für Online-Umfragen

### 4.5. Skripte und qualitative Interviews

- 4.5.1. Konzept und Typen
- 4.5.2. Aufbau von Skripten und Interviews
- 4.5.3. Formulierung der Fragen

### 4.6. Probenahme

- 4.6.1. Konzept und Prozess der Stichproben
- 4.6.2. Quantitative Stichprobenmethoden
- 4.6.3. Stichprobenauswahl in der qualitativen Forschung

### 4.7. Wahrscheinlichkeitsstichprobe

- 4.7.1. Einfache Probenahme
- 4.7.2. Stratifizierte Stichproben
- 4.7.3. Cluster-Stichproben

### 4.8. Nicht-Wahrscheinlichkeitsstichproben

- 4.8.1. Zufällige Route
- 4.8.2. Quoten
- 4.8.3. Verfügbarkeit
- 4.8.4. Andere nicht-probabilistische Methoden

### 4.9. Größe der Stichprobe

- 4.9.1. Determinanten der Stichprobengröße
- 4.9.2. Berechnung des Stichprobenumfangs
- 4.9.3. Stichprobengröße in industriellen Märkten

### 4.10. Prozess der Feldarbeit

- 4.10.1. Schulung der Interviewer
- 4.10.2. Koordinierung der Sammlung von Informationen
- 4.10.3. Bewertung und Vorfälle

## Modul 5. Internet-Analysen und -Metriken

### 5.1. Informationssysteme für die Entscheidungsfindung

- 5.1.1. *Business Intelligence*
- 5.1.2. *Data Warehouse*
- 5.1.3. BSC oder *Balanced Scorecard*

### 5.2. Web-Analyse

- 5.2.1. Grundlagen der Web-Analyse
- 5.2.2. Klassische Medien vs. Digitale Medien
- 5.2.3. Grundlegende Methodik des Web-Analysten

### 5.3. Google Analytics

- 5.3.1. Einrichten eines Kontos
- 5.3.2. *Tracking API Javascript*
- 5.3.3. Maßgeschneiderte Berichte und Segmente

### 5.4. Qualitative Analyse

- 5.4.1. Forschungstechniken für die Web-Analyse
- 5.4.2. *Customer Journey*
- 5.4.3. *Purchase Funnel*

### 5.5. Digitale Metriken

- 5.5.1. Grundlegende Metriken
- 5.5.2. Verhältnisse
- 5.5.3. Festlegung von Zielen und KPIs

### 5.6. Bereiche der Analyse einer Strategie

- 5.6.1. Erfassung des Verkehrs
- 5.6.2. Aktivierung
- 5.6.3. Umrechnung
- 5.6.4. Loyalität

### 5.7. Data Science & Big Data

- 5.7.1. *Business Intelligence*
- 5.7.2. Methodik und Analyse von großen Datenmengen
- 5.7.3. Extraktion, Verarbeitung und Laden von Daten

### 5.8. Webanalyse-Tools

- 5.8.1. Technologische Grundlage eines Webanalyse-Tools
- 5.8.2. Logs und Tags
- 5.8.3. Basis- und Adhoc-Tagging

### 5.9. Visualisierung der Daten

- 5.9.1. Visualisierung und Interpretation von *Dashboards*
- 5.9.2. Umwandlung von Daten in Wert
- 5.9.3. Integration von Quellen
- 5.9.4. Berichterstattung

### 5.10. Mobile Analytik

- 5.10.1. Mobile Mess- und Analysemethoden
- 5.10.2. Mobile Metriken: wichtigste KPIs
- 5.10.3. Analyse der Rentabilität
- 5.10.4. *Mobile Analytics*

**Modul 6. Analyse der Ergebnisse und Anwendungen der Marktforschung**

**6.1. Informationsanalyseplan**

- 6.1.1. Vorbereitung der Daten
- 6.1.2. Etappen des Analyseplans
- 6.1.3. Gliederung des Analyseplans

**6.2. Deskriptive Analyse der Informationen**

- 6.2.1. Konzept der deskriptiven Analyse
- 6.2.2. Arten der deskriptiven Analyse
- 6.2.3. Statistische Programme für die deskriptive Analyse

**6.3. Bivariate Analyse**

- 6.3.1. Hypothesenprüfung
- 6.3.2. Arten der bivariaten Analyse
- 6.3.3. Statistische Programme in der bivariaten Analyse

**6.4. Multivariate Abhängigkeitsanalyse**

- 6.4.1. Konzept und Merkmale
- 6.4.2. Arten der multivariaten Interdependenzanalyse

**6.5. Multivariate Interdependenzanalyse**

- 6.5.1. Konzept und Merkmale
- 6.5.2. Arten der multivariaten Interdependenzanalyse

**6.6. Ergebnisse der Marktforschung**

- 6.6.1. Differenzierung der Informationsanalyse
- 6.6.2. Gemeinsame Auswertung von Informationen
- 6.6.3. Anwendung der Ergebnisse auf den Gegenstand der Untersuchung

**6.7. Erstellen des Berichts**

- 6.7.1. Konzept, Nützlichkeit und Typen
- 6.7.2. Aufbau des Berichts
- 6.7.3. Entwerfen von Standards

**6.8. Internationale Marktforschung**

- 6.8.1. Einführung in die internationale Marktforschung
- 6.8.2. Prozess der internationalen Marktforschung
- 6.8.3. Die Bedeutung von Sekundärquellen in der internationalen Forschung

**6.9. Durchführbarkeitsstudien**

- 6.9.1. Einholung von Informationen über Kaufverhalten und -motive
- 6.9.2. Analyse und Bewertung des konkurrierenden Angebots
- 6.9.3. Marktstruktur und Potenzial
- 6.9.4. Kaufabsicht
- 6.9.5. Ergebnisse der Durchführbarkeit

**6.10. Studien zur Wahlabsicht**

- 6.10.1. Studien vor den Wahlen
- 6.10.2. Exit-Umfragen
- 6.10.3. Schätzungen zur Stimmabgabe



06

# 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"*

## Die TECH Business School verwendet die Fallstudie, um alle Inhalte zu kontextualisieren.

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”*



*Dieses Programm bereitet Sie darauf vor, geschäftliche Herausforderungen in einem unsicheren Umfeld zu meistern und Ihr Unternehmen erfolgreich zu machen.*



*Unser Programm bereitet Sie darauf vor, sich neuen Herausforderungen in einem unsicheren Umfeld zu stellen und in Ihrer Karriere erfolgreich zu sein.*

## Eine innovative und andersartige Lernmethode

Dieses TECH-Programm ist eine intensive Spezialisierung, die von Grund auf neu geschaffen wurde, um Managern Herausforderungen und Geschäftsentscheidungen auf höchstem Niveau zu bieten, sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene. 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 geschäftliche Realität berücksichtigt wird.

“

*Sie werden durch gemeinschaftliche Aktivitäten und reale Fälle lernen, komplexe Situationen in realen Geschäftsumgebungen zu lösen“*

Die Fallmethode ist das am weitesten verbreitete Lernsystem an den besten Business Schools der Welt, seit es sie gibt. Die Fallmethode wurde 1912 entwickelt, damit Jurastudenten das Recht nicht nur auf der Grundlage theoretischer Inhalte erlernen.

Sie bestand darin, ihnen reale komplexe Situationen zu präsentieren, damit sie fundierte Entscheidungen treffen und Werturteile darüber fällen konnten, wie diese zu lösen sind. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard etabliert.

Was sollte eine Fachkraft in einer bestimmten Situation tun? Mit dieser Frage werden wir bei der Fallmethode konfrontiert, einer handlungsorientierten Lernmethode. Während des gesamten Programms werden die Studenten mit mehreren realen Fällen konfrontiert. Sie müssen ihr gesamtes Wissen integrieren, recherchieren, argumentieren und ihre Ideen und Entscheidungen verteidigen.

## Relearning Methodology

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

Wir ergänzen die Fallstudie mit der besten 100%igen Online-Lehrmethode: Relearning.

*Unser Online-System ermöglicht es Ihnen, Ihre Zeit und Ihr Lerntempo zu organisieren und an Ihren Zeitplan anzupassen. Sie können die Inhalte von jedem festen oder mobilen Gerät mit Internetanschluss abrufen.*

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 Wirtschaftshochschule ist die einzige spanischsprachige Schule, die für die Anwendung dieser erfolgreichen Methode zugelassen ist. Im Jahr 2019 ist es uns gelungen, die Gesamtzufriedenheit unserer Studenten (Qualität der Lehre, Qualität der Materialien, Kursstruktur, Ziele...) in Bezug auf die Indikatoren der besten spanischsprachigen Online-Universität zu verbessern.



In unserem Programm ist das Lernen kein linearer Prozess, sondern erfolgt in einer Spirale (lernen, verlernen, vergessen und neu lernen). Daher kombinieren wir jedes dieser Elemente konzentrisch. Mit dieser Methode wurden mehr als 650.000 Hochschulabsolventen mit beispiellosem Erfolg in so unterschiedlichen Bereichen wie Biochemie, Genetik, Chirurgie, internationales Recht, Managementfähigkeiten, Sportwissenschaft, Philosophie, Recht, Ingenieurwesen, Journalismus, Geschichte, Finanzmärkte und -instrumente fortgebildet. Dies alles in einem sehr anspruchsvollen Umfeld mit einer Studentenschaft mit hohem sozioökonomischem Profil und einem Durchschnittsalter von 43,5 Jahren.

*Das Relearning ermöglicht es Ihnen, mit weniger Aufwand und mehr Leistung zu lernen, sich mehr auf Ihre Spezialisierung einzulassen, einen kritischen Geist zu entwickeln, Argumente zu verteidigen und Meinungen zu kontrastieren: eine direkte Gleichung zum Erfolg.*

Nach den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen der Neurowissenschaften wissen wir nicht nur, wie wir Informationen, Ideen, Bilder und Erinnerungen organisieren, sondern auch, dass der Ort und der Kontext, in dem wir etwas gelernt haben, von grundlegender Bedeutung dafür sind, dass wir uns daran erinnern und es im Hippocampus speichern können, um es in unserem Langzeitgedächtnis zu behalten.

Auf diese Weise sind die verschiedenen Elemente unseres Programms im Rahmen des so genannten Neurocognitive Context-Dependent E-Learning mit dem Kontext verbunden, in dem der Teilnehmer seine berufliche Praxis entwickelt.



Dieses Programm bietet die besten Lehrmaterialien, die sorgfältig für Fachleute aufbereitet sind:



### Studienmaterial

Alle didaktischen Inhalte werden von den Fachleuten, die den Kurs unterrichten werden, speziell für den Kurs erstellt, so dass die didaktische Entwicklung wirklich spezifisch und konkret ist.

Diese Inhalte werden dann auf das audiovisuelle Format angewendet, um die Online-Arbeitsmethode von TECH zu schaffen. All dies mit den neuesten Techniken, die in jedem einzelnen der Materialien, die dem Studenten zur Verfügung gestellt werden, qualitativ hochwertige Elemente bieten.



### Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt.

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



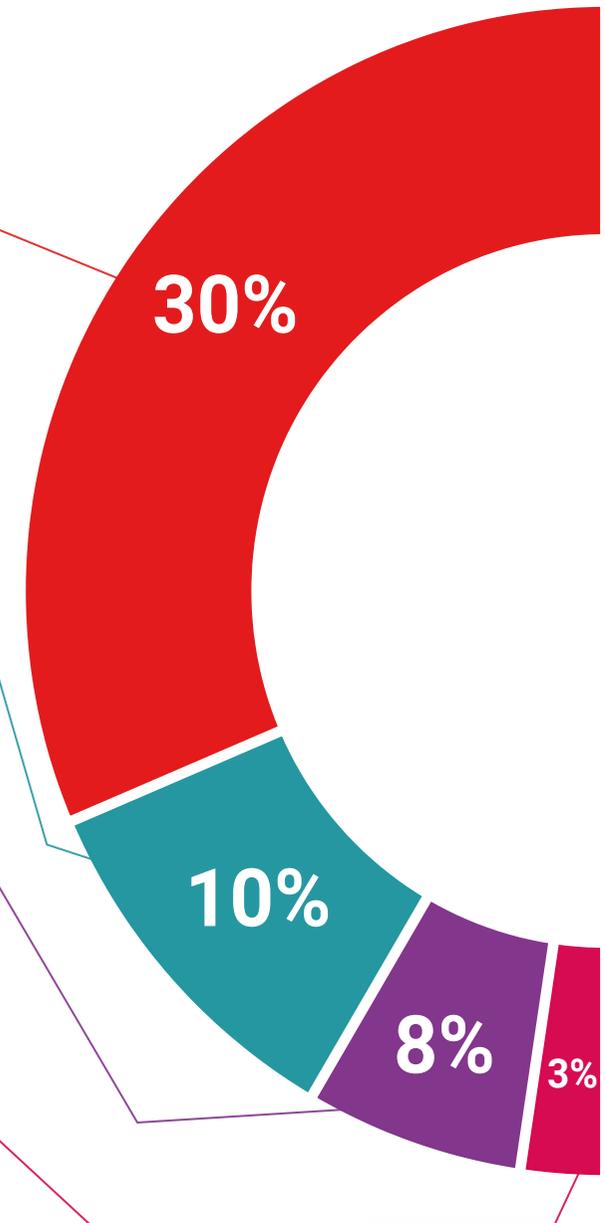
### Übungen zu Managementfähigkeiten

Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Managementfähigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Übungen und Aktivitäten zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein leitender Angestellter 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. Fälle, die von den besten Experten in Senior Management der internationalen Szene präsentiert, analysiert und betreut werden.



### 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.



07

# Profil unserer Studenten

Das Programm für Managemententwicklung in Marktforschung richtet sich an Personen mit einem Hochschulstudium und mindestens vier Jahren Berufserfahrung, die ihre Karriere umgestalten und auf die Unternehmensführung ausrichten möchten.

Die Vielfalt der Teilnehmer mit unterschiedlichen akademischen Profilen und mehreren Nationalitäten macht den multidisziplinären Ansatz dieses Programms aus.





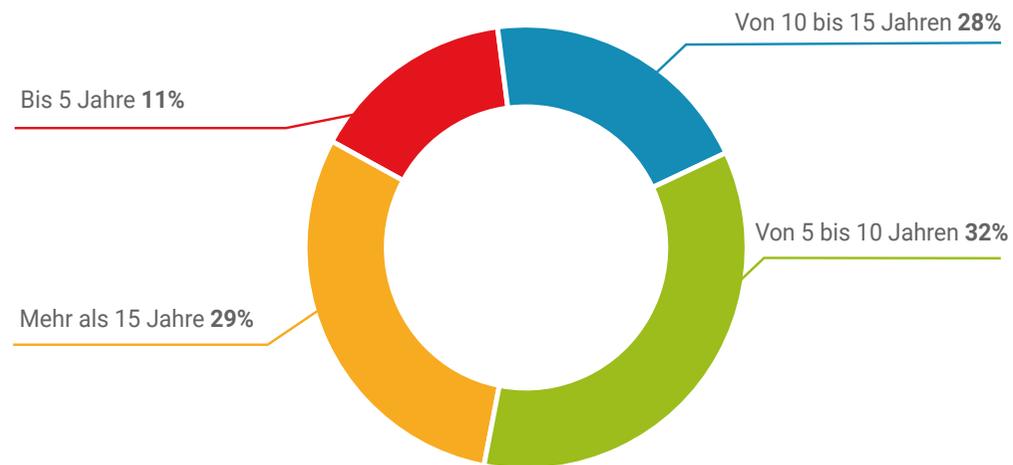
“

*Wenn Sie über Führungs- und Managementenerfahrung verfügen und nach einer interessanten beruflichen Weiterentwicklung suchen, während Sie weiterhin arbeiten, ist dieses Programm genau das Richtige für Sie"*

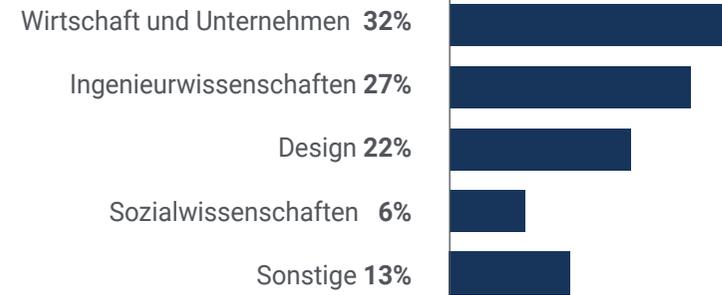
## Durchschnittliches Alter

Zwischen **35** und **45** Jahren

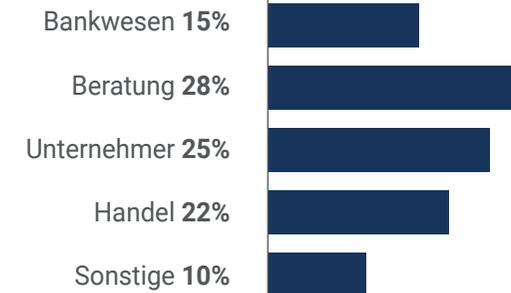
## Jahre der Erfahrung



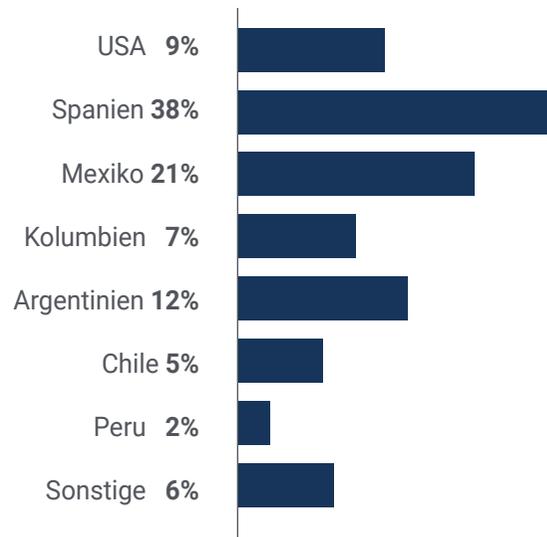
## Ausbildung



## Akademisches Profil



## Geografische Verteilung



## Manuela Ortega

**Geschäftsführerin eines Unternehmens**

*"So sehr man es sich auch wünschen mag, ein Programm für Managemententwicklung in Marktforschung ist keine einfache Angelegenheit, vor allem, wenn man es mit seiner beruflichen Tätigkeit und seinem Familienleben vereinbaren muss. Das Programm der TECH Technologischen Universität bot mir jedoch die Möglichkeit, dies zu tun. Die hervorragenden Dozenten machten die Erfahrung und das Lernen noch bereichernder. Vor allem deshalb bin ich heute Geschäftsführerin eines großen Kommunikationsunternehmens, eine neue Position, die ich mit Enthusiasmus und meiner besten Arbeit ausübe. Kurz gesagt: ein Wandel, der durch Handlung zustande kam"*

08

# Kursleitung

TECH hat für dieses Programm ein hochqualifiziertes Dozententeam mit umfangreicher Erfahrung im Bereich der Unternehmenssteuerberatung ausgewählt. Sie beteiligen sich nicht nur an der Gestaltung und Entwicklung des Programms, sondern liefern auch aktuelle und effektive Informationen, die es den Studenten ermöglichen, ihr Wissen zum Nutzen des Sektors zu erweitern.



“

*Wir verfügen über ein Team von sehr erfahrenen Lehrkräften, die Ihnen helfen werden, sich in diesem Bereich zu spezialisieren"*

## Leitung



### Hr. López Rausell, Adolfo

- ♦ Kaufmann und Forschungstechniker bei Investgroup
- ♦ Marketingberater bei Alcoworking
- ♦ Manager beim Innovationsclub der Valencianischen Gemeinschaft
- ♦ Hochschulabschluss in Wirtschaftswissenschaften und Betriebswirtschaft an der Universität von Valencia
- ♦ Universitätskurs in Marketing von der ESEM Wirtschaftsschule
- ♦ Mitglied von: AECTA (Mitglied des Verwaltungsrats), AINACE (Mitglied des Verwaltungsrats), Club Marketing Valencia



09

# Auswirkung auf Ihre Karriere

TECH ist sich bewusst, dass die Teilnahme an einem Programm mit diesen Merkmalen eine große wirtschaftliche, berufliche und natürlich auch persönliche Investition darstellt.

Das oberste Ziel dieser großen Anstrengung muss es sein, berufliches Wachstum zu erreichen.



“

*Eine positive Veränderung in Ihrer beruflichen Laufbahn zu bewirken, das ist unsere Herausforderung. Wir setzen alles daran, Ihnen dabei zu helfen"*

**Sind Sie bereit, den Sprung zu wagen?  
Es erwartet Sie eine hervorragende berufliche Weiterentwicklung.**

Das Programm für Managemententwicklung in Marktforschung der TECH Technologischen Universität ist ein intensives Programm, das darauf vorbereitet, sich den Herausforderungen und Geschäftsentscheidungen sowohl national als auch international zu stellen. Das Hauptziel ist es, Ihr persönliches und berufliches Wachstum zu fördern: Ihnen zum Erfolg zu verhelfen.

Wer sich verbessern will, eine positive Veränderung im Beruf anstrebt und mit den Besten in Kontakt treten will, ist hier genau richtig.

*Verpassen Sie nicht die Gelegenheit, sich mit uns zu spezialisieren und Sie werden merken, wie Sie die angestrebte Verbesserung erreichen.*

*Wenn Sie eine positive Veränderung in Ihrer Karriere anstreben, wird Ihnen das Programm für Managemententwicklung in Marktforschung dabei helfen.*

**Zeitpunkt des Wandels**



**Art des Wandels**



## Gehaltsverbesserung

---

Der Abschluss dieses Programms bedeutet für unsere Studenten eine Gehaltserhöhung von mehr als **25,22%**



10

# Vorteile für Ihr Unternehmen

Das Programm für Managemententwicklung in Marktforschung trägt dazu bei, dass die Talente des Unternehmens ihr volles Potenzial entfalten können, indem es Führungskräfte auf höchster Ebene qualifiziert.

Die Teilnahme an diesem Programm für Managemententwicklung in Marktforschung ist eine einzigartige Gelegenheit, ein leistungsfähiges Netzwerk von Kontakten zu knüpfen, um zukünftige berufliche Partner, Kunden oder Lieferanten zu finden.



“

*Der Manager bringt neue Konzepte, Strategien und Perspektiven in das Unternehmen ein, die relevante Veränderungen in der Organisation bewirken können"*

Die Entwicklung und Bindung von Talenten in Unternehmen ist die beste langfristige Investition.

01

### Wachsendes Talent und intellektuelles Kapital

Die Fachkraft wird neue Konzepte, Strategien und Perspektiven in das Unternehmen einbringen, die relevante Veränderungen bewirken können.

---

02

### Bindung von Führungskräften mit hohem Potenzial und Vermeidung der Abwanderung von Fachkräften

Dieses Programm stärkt die Verbindung zwischen dem Unternehmen und der Fachkraft und eröffnet neue Wege für die berufliche Entwicklung innerhalb des Unternehmens.

03

### Aufbau von Akteuren des Wandels

Die Fachkraft wird in der Lage sein, in unsicheren und krisenhaften Zeiten Entscheidungen zu treffen und der Organisation zu helfen, Hindernisse zu überwinden.

---

04

### Verbesserte Möglichkeiten zur internationalen Expansion

Dank dieses Programms wird das Unternehmen mit den wichtigsten Märkten der Weltwirtschaft in Kontakt kommen.

05

### Entwicklung eigener Projekte

Die Fachkraft kann an einem realen Projekt arbeiten oder neue Projekte im Bereich FuE oder *Business Development* ihres Unternehmens entwickeln.

---

06

### Gesteigerte Wettbewerbsfähigkeit

Dieses Programm wird die Fachkräfte mit den Fähigkeiten ausstatten, neue Herausforderungen anzunehmen und so das Unternehmen voranzubringen.



11

# Qualifizierung

Das Programm für Managemententwicklung in Marktforschung 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"*

Dieses **Programm für Managemententwicklung in Marktforschung** 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: **Programm für Managemententwicklung in Marktforschung**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **900 Std.**



\*Haager Apostille. Für den Fall, dass der Student die Haager Apostille für sein Papierdiplom beantragt, wird TECH EDUCATION die notwendigen Vorkehrungen treffen, um diese gegen eine zusätzliche Gebühr zu beschaffen.

zukunft

gesundheit vertrauen menschen  
erziehung information tutoren  
garantie akkreditierung unterricht  
institutionen technologie lernen  
gemeinschaft verpflichtung  
persönliche betreuung innovation  
wissen gegenwart qualität  
online-Ausbildung  
entwicklung institut  
virtuelles Klassenzimmer



Programm für  
Managemententwicklung  
Marktforschung

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

# Programm für Managemententwicklung

## Marktforschung

