

# Universitätsexperte

Inbound Marketing für  
die Persönliche Marke



## Universitätsexperte Inbound Marketing für die Persönliche Marke

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technische Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online
- » Gerichtet an: Hochschulabsolventen, die zuvor einen der Abschlüsse in den Bereichen Sozial-, Verwaltungs- und Wirtschaftswissenschaften, Marketing oder Unternehmenskommunikation erworben haben

Internetzugang: [www.techtitute.com/de/wirtschaftsschule/spezialisierung/spezialisierung-inbound-marketing-personliche-marke](http://www.techtitute.com/de/wirtschaftsschule/spezialisierung/spezialisierung-inbound-marketing-personliche-marke)

# 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 26

07

Profil unserer Studenten

---

Seite 34

08

Kursleitung

---

Seite 38

09

Auswirkung auf Ihre Karriere

---

Seite 42

10

Vorteile für Ihr Unternehmen

---

Seite 46

11

Qualifizierung

---

Seite 50

# 01

# Willkommen

Im heutigen digitalen Zeitalter ist eine Online-Präsenz für jedes Unternehmen unerlässlich, um seine Geschäftsziele zu erreichen. Inbound Marketing ist dabei ein wichtiges Instrument. Diese Strategie konzentriert sich darauf, die Zielgruppe auf unaufdringliche Weise anzusprechen und durch die Erstellung relevanter und wertvoller Inhalte langfristige Beziehungen aufzubauen. Inbound Marketing für die persönliche Marke erhöht somit nicht nur die Online-Sichtbarkeit, sondern hilft auch, das Vertrauen und die Loyalität potenzieller Kunden zu gewinnen. Dieser Studiengang der TECH vertieft die Techniken und Fähigkeiten, die für die Anwendung dieser Strategie im Unternehmensalltag erforderlich sind. Dank der Relearning-Lehrmethode und der flexiblen akademischen Ressourcen passt sich dieses 100%ige Online-Programm an die Bedürfnisse jedes einzelnen Studenten an, um effektive Ergebnisse zu erzielen.



Universitätsexperte in Inbound Marketing für die Persönliche Marke.  
TECH Technologische Universität



“

*Dieses exklusive Programm der TECH ist ein einzigartiges Angebot zur Vertiefung des Themas Inbound Marketing für die persönliche Marke"*

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 Universitätsprogramm zielt darauf ab, die Studenten mit den Techniken und Fähigkeiten auszustatten, die für eine effektive Anwendung des Inbound-Marketings bei der Schaffung einer persönlichen Marke eines Unternehmens erforderlich sind. Die Studenten erwerben Kenntnisse über die Erstellung von wertvollen Inhalten, Suchmaschinenoptimierungsstrategien, die Nutzung von sozialen Netzwerken, E-Mail-Marketing und andere Techniken. Nach Abschluss des Studiengangs werden sie in der Lage sein, diese Fähigkeiten in ihren Unternehmen anzuwenden, um die Online-Sichtbarkeit zu erhöhen und dauerhafte Beziehungen zu ihrem Publikum aufzubauen.



“

*Mit diesem Universitätsexperten sind Sie in der Lage, durch relevante und wertvolle Inhalte dauerhafte Beziehungen zu Ihrem Publikum aufzubauen”*

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

Der **Universitätsexperte in Inbound Marketing für die Persönliche Marke** wird den Studenten zu Folgendem befähigen:

01

Grundlegendes Verstehen der Nutzung von Instagram, Facebook, Twitter und Tiktok für die persönliche Marke

04

Identifizieren der Inhaltsarten, die den größten Einfluss auf das LinkedIn-Publikum haben, als Grundlage für die Erstellung wertvoller und relevanter Inhalte zur Stärkung der beruflichen Reputation

02

Identifizieren von bewährten Praktiken auf diesen sozialen Plattformen, um das Engagement und die Sichtbarkeit der persönlichen Marke zu erhöhen

03

Entwickeln einer wirksamen Strategie zur Optimierung des LinkedIn-Profiles, um ein starkes, glaubwürdiges Profil zu erstellen, das sich von der Masse abhebt





05

Verwenden von kreativen  
Produktionswerkzeugen wie Canva

06

Wählen des richtigen E-Mail-Marketing-Tools  
für jeden Beruf

07

Analysieren der Präsenz der persönlichen Marke  
in verschiedenen Medien und Plattformen

08

Überprüfen und Bewerten der KPIs zur  
Verbesserung der *Personal Branding*-Strategie



05

# Struktur und Inhalt

Dieser Universitätsexperte bietet eine umfassende Weiterbildung an, die sich auf die Techniken der persönlichen Marke konzentriert, von den strategischen Aspekten bis hin zur Messung der Ergebnisse. Der Studiengang wurde mit innovativen Lehrmethoden wie dem *Relearning* entwickelt und wird zu 100% online durchgeführt, was den Studenten ein hohes Maß an Flexibilität bietet. Auf diese Weise können sie sich ihr Wissen selbständig und individuell aneignen, wobei sie ständig von Experten auf dem Gebiet unterstützt werden. So können sie die neuesten Techniken des *Personal Branding* sofort auf ihre eigene Marke oder die ihrer Kunden anwenden.



“

*6 Monate lang haben Sie Zugang zu einem Lehrplan auf hohem Niveau mit den aktuellsten Informationen des Sektors"*

## Lehrplan

Der Universitätsexperte in Inbound Marketing für die Persönliche Marke der TECH Technologischen Universität ist ein Intensivstudium, das Sie auf die Herausforderungen und Geschäftsentscheidungen im Bereich der Unternehmenskommunikation und des digitalen Marketings vorbereitet.

Der Inhalt des Universitätsexperten in Inbound Marketing für die Persönliche Marke ist darauf ausgerichtet, die Entwicklung von Managementfähigkeiten zu fördern, die es Ihnen ermöglichen, in unsicheren Umgebungen fundierte Entscheidungen zu treffen.

Während der 600 Unterrichtsstunden werden Sie in Einzel- und Gruppenarbeit eine Vielzahl von praktischen Fällen analysieren. Es ist also ein echtes Eintauchen in reale Geschäftssituationen.

Der Universitätsexperte befasst sich unter anderem eingehend mit *Social Media Branding*, Sichtbarkeits- und *Engagement*-Strategien, *Personal Branding* auf LinkedIn, den innovativsten *Inbound*- und E-Mail-Marketing-Tools und der Anwendung von KPIs. Ziel ist es, Führungskräften das *Inbound Marketing* aus einer strategischen, internationalen und innovativen Perspektive zu vermitteln.

Ein maßgeschneidertes Programm, das sich auf Ihre berufliche Entwicklung konzentriert und Sie auf Spitzenleistungen im Management und in der Unternehmensführung vorbereitet.

Ein Studium, das auf Ihre Bedürfnisse und die Ihres Unternehmens eingeht, mit innovativen Inhalten, die auf den neuesten Trends basieren. Unterstützt von den besten Lehrmethoden und einem außergewöhnlichen Dozententeam, das Ihnen die Fähigkeiten vermittelt, kritische Situationen kreativ und effizient zu lösen.

Dieser Universitätsexperte erstreckt sich über 6 Monate und ist in 4 Module unterteilt:

### Modul 1

Social Media Branding. Sichtbarkeit und *Engagement*-Strategie auf Instagram, Twitter, Facebook y TikTok

### Modul 2

Personal Branding auf LinkedIn. Sichtbarkeit und *Engagement*-Strategie auf LinkedIn

### Modul 3

Strategien, Techniken und Tools des Inbound- und E-Mail-Marketings für den Aufbau und die Generierung von Inhalten für die persönliche Marke

### Modul 4

KPIs. Wirkung der persönlichen Marke: Metriken zur Messung der Ergebnisse und branchenübergreifende Erfolgsgeschichten



### Wo, wann und wie wird unterrichtet?

TECH bietet die Möglichkeit, diesen Universitätsexperten in Inbound Marketing für die Persönliche Marke vollständig online zu absolvieren. Während der 6-monatigen Spezialisierung wird der Student jederzeit auf alle Inhalte dieses Programms zugreifen können, was ihm die Möglichkeit gibt, seine Studienzeit selbst zu verwalten.

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

**Modul 1. Social Media Branding.** Sichtbarkeit und *Engagement*-Strategie auf Instagram, Twitter, Facebook und TikTok

**1.1. Social Media Branding: Relevanz für die persönliche Marke**

- 1.1.1. Rolle der persönlichen Marke in den sozialen Medien
- 1.1.2. Online-Management-Plattformen: Lautsprecher der persönlichen Marke
- 1.1.3. Die Säulen einer guten digitalen Personal Branding Strategie

**1.2. Strategischer Ansatz als Grundlage für Social Media Branding**

- 1.2.1. Die Rolle von Forschung und aktivem Zuhören für die Strategie der persönlichen Marke
- 1.2.2. Analyse des Wettbewerbs in sozialen Netzwerken
- 1.2.3. Identifizierung der Zielgruppe für die Strategie der persönlichen Marke

**1.3. Social Media Branding**

- 1.3.1. Entwicklung eines Social Media-Plans für die persönliche Marke
- 1.3.2. Identifizierung der Ziele der persönlichen Marke in sozialen Netzwerken
- 1.3.3. KPIs zur Analyse der Ergebnisse

**1.4. Strategien für Engagement und Sichtbarkeit der persönlichen Marke**

- 1.4.1. Online-Ökosystem: Definition der digitalen Präsenz und Auswahl der Plattformen
- 1.4.2. Faktoren, die das *Engagement* in sozialen Netzwerken fördern
- 1.4.3. Sichtbarkeit in den sozialen Medien und bewährte Praktiken

**1.5. Schaffung einer kohärenten digitalen Präsenz**

- 1.5.1. Schaffung eines kohärenten Markenimages in den sozialen Medien: visuelle Identität, verbale Anker und Stilrichtlinien für die sozialen Medien
- 1.5.2. Die Markenbotschaft und die Rolle der Inhalte für den Erfolg der Strategie
- 1.5.3. Die Differenzierung der persönlichen Marke in der digitalen Welt

**1.6. Inhaltsstrategie: Erstellen einer Content-Strategie für soziale Medien, die die Markenidentität widerspiegelt und mit dem Publikum in Verbindung steht**

- 1.6.1. Prozess der Inhaltserstellung für verschiedene soziale Medienplattformen
- 1.6.2. Die Bedeutung des *Storytellings* bei der persönlichen Marke in den sozialen Medien
- 1.6.3. Erstellen eines Zeitplans für Beiträge, um eine konstante und konsistente Online-Präsenz zu erhalten

**1.7. Instagram für die persönliche Marke nutzen**

- 1.7.1. Warum auf Instagram sein: Berichterstattung und Zielgruppen
- 1.7.2. Den Algorithmus für die Entwicklung einer Content-Strategie auf Instagram verstehen
- 1.7.3. Bewährte Methoden zur Steigerung von Engagement und Sichtbarkeit
- 1.7.4. KPIs. Messung und Analyse der Ergebnisse auf Instagram

**1.8. Facebook für die persönliche Marke nutzen**

- 1.8.1. Warum auf Facebook sein. Berichte und Zielgruppen
- 1.8.2. Den Algorithmus für die Gestaltung der Facebook-Inhaltsstrategie verstehen
- 1.8.3. Bewährte Methoden zur Steigerung von *Engagement* und Sichtbarkeit
- 1.8.4. KPIs messen. Analysieren der Ergebnisse auf Facebook

**1.9. Twitter für die persönliche Marke nutzen**

- 1.9.1. Warum Sie auf Twitter sein sollten: Berichterstattung und Zielgruppen
- 1.9.2. Bewährte Methoden zur Steigerung von Engagement und Sichtbarkeit
- 1.9.2. KPIs. Messen und Analysieren von Ergebnissen auf Twitter

**1.10. Tiktok für die persönliche Marke nutzen**

- 1.10.1. Warum auf Tiktok sein: Berichte und Zielgruppen
- 1.10.2. Bewährte Methoden zur Steigerung von *Engagement* und Sichtbarkeit
- 1.10.3. KPIs. Messen und Analysieren von Ergebnissen in Tiktok

**Modul 2. Personal Branding auf LinkedIn. Strategien für Sichtbarkeit und Engagement zum Aufbau einer persönlichen Marke auf LinkedIn**

**2.1. Stärkung des Benutzerprofils auf LinkedIn**

- 2.1.1. Analyse eines LinkedIn-Benutzerprofils
- 2.1.2. Klärung der Ziele der LinkedIn-Nutzung
- 2.1.3. Identifizierung von verbesserungswürdigen Bereichen im LinkedIn-Profil

**2.2. Aufbau der LinkedIn-Followerschaft**

- 2.2.1. Definieren der LinkedIn-Zielgruppe
- 2.2.2. Die Botschaft auf das LinkedIn-Publikum zuschneiden
- 2.2.3. Aufbau einer Zielgruppe aus LinkedIn-Postings

**2.3. Referenzgemeinschaft auf LinkedIn**

- 2.3.1. Finden von *Content-Leadern* auf LinkedIn
- 2.3.2. Andere Community-Mitglieder auf LinkedIn identifizieren
- 2.3.3. Interaktion und Zusammenarbeit mit anderen Community-Mitgliedern auf LinkedIn

**2.4. Sich mit aktiven Nutzern auf LinkedIn vernetzen**

- 2.4.1. Die Bedeutung der Suche nach aktiven Nutzern auf LinkedIn
- 2.4.2. Verfassen einer Einladung zur Kontaktaufnahme auf LinkedIn
- 2.4.3. Interaktion mit neuen Kontakten auf LinkedIn

**2.5. Entwicklung einer soliden Inhaltsstrategie durch thematische Säulen**

- 2.5.1. Identifizierung und Positionierung der thematischen Säulen
- 2.5.2. Identifizierung der thematischen Säulen in der Strategie
- 2.5.3. Entwicklung und Pflege der thematischen Säulen im Laufe der Zeit

**2.6. Verknüpfung der thematischen Säulen mit der persönlichen Geschichte. Die Bedeutung von Emotionen**

- 2.6.1. Identifizierung von Geschichten im Zusammenhang mit den thematischen Pfeilern, die Glaubwürdigkeit und virales Potenzial schaffen
- 2.6.2. Wie man auf LinkedIn wirkungsvolle Geschichten erzählt
- 2.6.3. Wie man persönliche Geschichten mit zentralen Botschaften auf LinkedIn verbindet
- 2.6.4. Wie man eine persönliche Transformationsgeschichte für einen ersten Beitrag auf LinkedIn schreibt

**2.7. Wirkungsvolle Inhalte auf LinkedIn generieren. Die Bedeutung von Inspiration und Lehre**

- 2.7.1. Verwendung technischer oder wissenschaftlicher Daten im Zusammenhang mit den thematischen Säulen zur Erstellung von Lehrinhalten
- 2.7.2. Benchmarking: Fallstudien von Urhebern viraler Inhalte auf LinkedIn, die diese Techniken anwenden
- 2.7.3. Die Analyse in die Praxis umsetzen

**2.8. Vorbereiten von Beiträgen für LinkedIn**

- 2.8.1. Auswahl des Inhalts und des Formats mit dem größten Potenzial für LinkedIn-Posts
- 2.8.2. Erstellen einer Vielzahl von Formaten und Stilen für LinkedIn-Posts
- 2.8.3. Veröffentlichung und Nachbereitung der ersten LinkedIn-Posts

**2.9. Ihr LinkedIn-Konto wachsen lassen: Follower und Engagement**

- 2.9.1. Die Bedeutung der Überwachung von LinkedIn-Followern
- 2.9.2. Überwachung des Follower-Wachstums auf LinkedIn
- 2.9.3. Verwendung von Follower-Daten auf LinkedIn

**2.10. Bewertung und Anpassung der redaktionellen Strategie**

- 2.10.1. Erkennen von Trends und Mustern im Publikumsverhalten
- 2.10.2. Verstärkung von Stärken und Schwächen zur Verbesserung der redaktionellen Strategie
- 2.10.3. Digitale Tools für die erweiterte Nutzung von LinkedIn
- 2.10.4. Optimale Nutzung von LinkedIn als Instrument zur Stärkung der digitalen persönlichen Marke

**Modul 3.** Strategien, Techniken und Tools des *Inbound*- und E-Mail-Marketings für den Aufbau und die Generierung von Inhalten für die persönliche Marke

**3.1. *Inbound*-Marketing-Strategien, angewandt auf die persönliche Marke**

- 3.1.1. *Inbound*-Methodik. Ziele
- 3.1.2. Anziehungsstrategie
- 3.1.3. Interaktions-Strategie
- 3.1.4. Strategie der Begeisterung

**3.2. Erstellung von Inhalten**

- 3.2.1. Identifizierung der thematischen Säulen des zu entwickelnden Inhalts
- 3.2.2. Bildende versus nichtbildende Inhalte
- 3.2.3. Die 20 Inhaltsideen, die zum Wachstum der persönlichen Marke beitragen
- 3.2.4. Inspirierende Beispiele für Inhalte der persönlichen Marke

**3.3. Tools zum Kuratieren von Inhalten und zur Förderung der Kreativität**

- 3.3.1. *Feedly*
- 3.3.2. Google Alerts
- 3.3.3. Buzzsumo
- 3.3.4. Andere Werkzeuge

**3.4. Planung und Produktivität bei der Erstellung von Inhalten**

- 3.4.1. Entwurf eines Redaktionskalenders
- 3.4.2. Erstellung von Inhalten gemäß den Unternehmenszielen
- 3.4.5. Tools für die interne Planung: Google Drive, Notion, Asana, Trello

**3.5. Visuelles Design und Tools für die visuelle Erstellung digitaler Inhalte**

- 3.5.1. Korrekte Verwendung von Farbpalette, Logo und Branding
- 3.5.2. Fotografie der persönlichen Marke
- 3.5.3. Canva: Praktischer Workshop für Fortgeschrittene

**3.6. Verkaufstrichter für die persönliche Marke**

- 3.6.1. Nützlichkeit des Verkaufstrichters für die persönliche Marke
- 3.6.2. Funktion eines Trichters. Phasen
- 3.6.3. Beziehung zwischen der Art des Inhalts und der Konversionsrate

**3.7. Konversion von Followern zu *Leads***

- 3.7.1. *Leads*: Bedeutung für den Aufbau eines *Personal Branding*-Geschäfts
- 3.7.2. Ausrichtung des LinkedIn-Profiles zur Maximierung der *Lead*-Akquisition
- 3.7.3. Das Instagram-Profil anvisieren, um die *Lead*-Akquisition zu maximieren
- 3.7.4. Optimierung des persönlichen Webs, um *Leads* zu gewinnen

**3.8. Entwerfen einer E-Mail-Marketingstrategie**

- 3.8.1. Die Bedeutung einer E-Mail-Marketing-Strategie
- 3.8.2. Kostenlose E-Mail-Marketing-Tools zum Aufbau einer Beziehung zu den Abonnenten
- 3.8.3. Präsenz im Kopf der *Buyer Persona*: der *Newsletter*

**3.9. *Marketing Automation* für die persönliche Marke**

- 3.9.1. Der Anreiz, der Community beizutreten
- 3.9.2. Die Bedeutung der ersten Begrüßungssequenz
- 3.9.3. Beispiel für eine Begrüßungssequenz zur Förderung des Verkaufs

**3.10. Der Podcast: ein neuer zentraler Kanal in der *Inbound Marketing*-Strategie**

- 3.10.1. Erstellen eines Podcasts. Zu befolgende Schritte
- 3.10.2. Formate und Arten von Inhalten
- 3.10.3. Verbreitung und Sichtbarkeit des Podcasts



**Modul 4. KPIs. Wirkung der persönlichen Marke: Metriken zur Messung der Ergebnisse und branchenübergreifende Erfolgsgeschichten**

**4.1. Die KPIs der persönlichen Marke: Anwendung**

- 4.1.1. Definition und Bedeutung der Einführung von KPIs
- 4.1.2. Arten von KPIs und Schlüsselindikatoren für die Messung des Erfolgs der persönlichen Marke
- 4.1.3. Die Rolle der Vision und der Positionierung der persönlichen Marke bei KPIs

**4.2. Die Auswahl der richtigen KPIs zur Messung des Erfolgs Ihrer persönlichen Marke**

- 4.2.1. Variablen für die Auswahl relevanter KPIs in der Strategie der persönlichen Marke
- 4.2.2. Identifizierung von Zielen für die persönliche Marke: Definition von Zielen der persönlichen Marke, um geeignete KPIs festzulegen
- 4.2.3. Priorisierung der KPIs entsprechend der festgelegten Ziele und Vorgaben

**4.3. Arten von greifbaren KPIs für die persönliche Marke**

- 4.3.1. Analyse von Reichweite-KPIs
- 4.3.2. Analyse der Interaktions-KPIs
- 4.3.3. Analyse der Konversions-KPIs

**4.4. Arten von "immateriellen" KPIs für die persönliche Marke**

- 4.4.1. Analyse von Reputations-KPIs
- 4.4.2. Analyse der Einfluss-KPIs
- 4.4.3. Analyse der Glaubwürdigkeits-KPIs

**4.5. Persönliche Marke im Einfluss**

- 4.5.1. Die Figur des Influencers. Arten von Influencern
- 4.5.2. Ansatz für Influencer -Marketing
- 4.5.3. Vorteile, Auswahl und KPIs

**4.6. Interpretation der KPIs: Überwachung, Messung und Optimierung**

- 4.6.1. Monitoring: Implementierung eines Systems zur Überwachung und Messung von KPIs für die persönliche Marke
- 4.6.2. Messung: Interpretation der Daten
- 4.6.3. Optimierung: Zu bewertende Aspekte, um die Strategie entsprechend der KPIs anzupassen
- 4.6.4. Abschließende Empfehlungen

**4.7. Fallstudie: Persönliche Marke bei Unternehmern und Freiberuflern**

- 4.7.1. Fall 1: Präsentation, Analyse der digitalen Strategie und bewährte Praktiken
- 4.7.2. Fall 2: Präsentation, Analyse der digitalen Strategie und bewährte Praktiken
- 4.7.3. Fall 3: Präsentation, Analyse der digitalen Strategie und bewährte Praktiken

**4.8. Fallstudie: Persönliche Marke bei Influencern**

- 4.8.1. Fall 1: Präsentation, Analyse der digitalen Strategie und bewährte Praktiken
- 4.8.2. Fall 2: Präsentation, Analyse der digitalen Strategie und bewährte Praktiken
- 4.8.3. Fall 3: Präsentation, Analyse der digitalen Strategie und bewährte Praktiken

**4.9. Fallstudie: Persönliche Marke bei Athleten**

- 4.9.1. Fall 1: Präsentation, Analyse der digitalen Strategie und bewährte Praktiken
- 4.9.2. Fall 2: Präsentation, Analyse der digitalen Strategie und bewährte Praktiken
- 4.9.3. Fall 3: Präsentation, Analyse der digitalen Strategie und bewährte Praktiken

**4.10. Fallstudie: Persönliche Marke in der freien Wirtschaft**

- 4.10.1. Fall 1: Präsentation, Analyse der digitalen Strategie und bewährte Praktiken
- 4.10.2. Fall 2: Präsentation, Analyse der digitalen Strategie und bewährte Praktiken
- 4.10.3. Fall 3: Präsentation, Analyse der digitalen Strategie und bewährte Praktiken

# 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 aufgibt 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 Wirtschaftsschule 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 die Grundlagen der traditionellen Universitäten in der ganzen Welt verschiebt”*



*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 Wirtschaftsschulen der Welt, und das schon so lange, wie es sie gibt. Die Fallmethode wurde 1912 entwickelt, damit die Jurastudenten das Recht nicht nur anhand theoretischer Inhalte erlernen, sondern ihnen reale, komplexe Situationen vorlegen, damit sie fundierte Entscheidungen treffen und Werturteile darüber fällen können, wie diese zu lösen sind. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard eingeführt.

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

## Relearning Methodik

TECH kombiniert die Methodik der Fallstudien effektiv mit einem 100%igen Online-Lernsystem, das auf Wiederholung basiert und in jeder Lektion 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 auszubilden. Diese Methode, die an der Spitze der weltweiten Pädagogik steht, wird Relearning genannt.

Unsere Wirtschaftsschule 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 Online-Universität in Spanisch zu verbessern.



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

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

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

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



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



### Studienmaterial

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

Diese Inhalte werden dann auf das audiovisuelle Format angewendet, um die TECH-Online-Arbeitsmethode zu schaffen. Und das alles mit den neuesten Techniken, die dem Studenten qualitativ hochwertige Stücke aus jedem einzelnen Material zur Verfügung stellen.



### Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt.

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



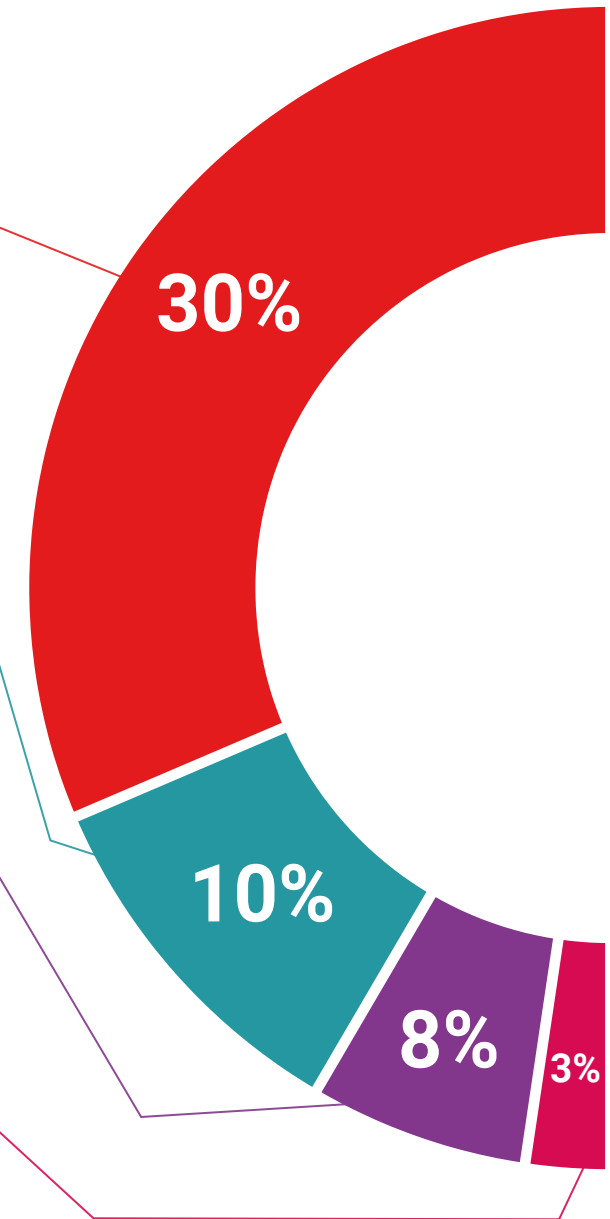
### Praxis der Managementfähigkeiten

Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Managementfähigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Praktiken und Dynamiken 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 haben die Studenten Zugang zu allem, was sie für ihre Ausbildung benötigen.







### Fallstudien

Sie werden eine Auswahl der besten Fallstudien vervollständigen, die speziell für diese Qualifizierung ausgewählt wurden. 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.



### Prüfung und Nachprüfung

Die Kenntnisse der Studenten werden während des gesamten Programms regelmäßig durch Bewertungs- und Selbsteinschätzungsaktivitäten und -übungen beurteilt und neu bewertet, so dass die Studenten überprüfen können, wie sie ihre Ziele erreichen.



07

# Profil unserer Studenten

Der Universitätsexperte richtet sich an Hochschulabsolventen, die zuvor einen der Abschlüsse in den Bereichen Sozial-, und Unternehmen, Marketing und Unternehmenskommunikation erworben haben.

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

Auch Berufstätige mit einem Hochschulabschluss in einem beliebigen Bereich und zwei Jahren Berufserfahrung im Bereich des digitalen Marketings können den Universitätsexperten absolvieren.





“

*Wenn Sie Ihre Fähigkeiten in der Welt des digitalen Marketings und der persönlichen Marke erweitern möchten, ist dieses Programm genau das Richtige für Sie”*

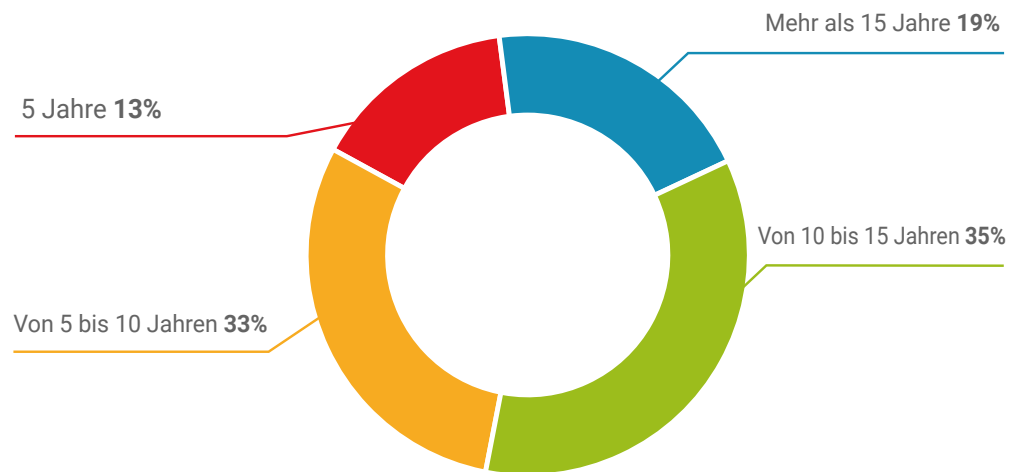
### Durchschnittliches Alter

---

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

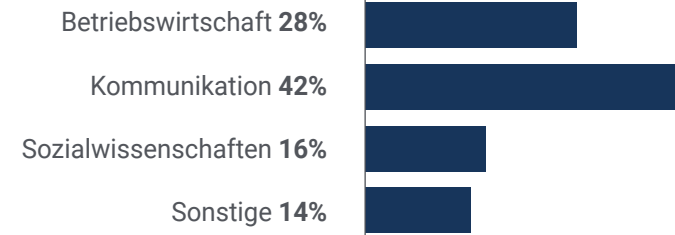
### Jahre der Erfahrung

---



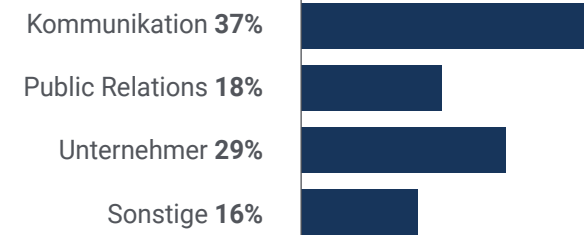
### Ausbildung

---



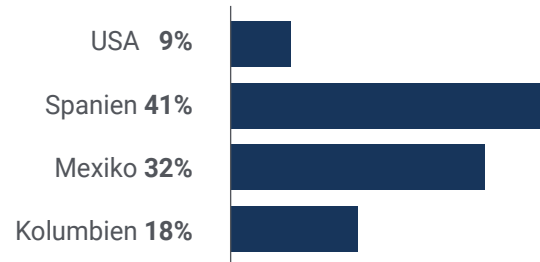
### Akademisches Profil

---



## Geografische Verteilung

---



## Carla Pérez Ramos

---

Content Manager

*“Bevor ich den Universitätsexperten in Inbound Marketing für die Persönliche Marke besuchte, hatte ich viele Zweifel, wie ich die persönliche Marke meines Unternehmens fördern und wertvolle Inhalte für mein Publikum erstellen kann. Dank der Weiterbildung, die ich in diesem Programm erhalten habe, kann ich jetzt effektive Techniken anwenden und dauerhafte Beziehungen zu meinen Kunden aufbauen”*

09

# Kursleitung

Das Dozententeam dieses Studiengangs besteht aus Experten für digitales Marketing mit umfassender Erfahrung in der Anwendung von *Inbound-Marketing*-Techniken zur Förderung und Positionierung persönlicher Marken. Sie alle verfügen über einen soliden akademischen Hintergrund und umfangreiche Erfahrungen in der Wirtschaft und im Bildungswesen, was es ihnen ermöglicht, ihr Wissen und ihre praktischen Erfahrungen mit den Studenten zu teilen. Auf diese Weise können die Studenten von erfahrenen Fachleuten lernen und erhalten einen vollständigen Überblick über *Inbound Marketing* für die persönliche Marke.



“

*Das Dozententeam dieses Universitätsexperten besteht aus den erfahrensten Fachleuten in den Bereichen Wirtschaft und Bildung”*

## Leitung



### Fr. Vázquez Viaño, Laura María

- ♦ Marketingdirektorin und Leiterin der digitalen Strategie bei Torres y Carrera
- ♦ Direktorin für Kundendienste und Chief Marketing Officer bei Roi Scroll
- ♦ Head of Social Media und PR Digital bei Havas
- ♦ Senior Beraterin für Kommunikation und soziale Medien bei Best Relations
- ♦ Account Executive Junior Werbung und PR- Noa Nogueira
- ♦ Dozentin an der Europäischen Universität Miguel de Cervantes
- ♦ Dozentin an der Internationalen Marketingschule
- ♦ Dozentin an der Hochschule für Öffentlichkeitsarbeit von Barcelona
- ♦ Dozentin bei IEBS
- ♦ Hochschulabschluss in Werbung und Öffentlichkeitsarbeit. Zweifacher außerordentlicher Preis zum Abschluss des Studiums von der Xunta de Galicia und der Universität von Vigo
- ♦ Aufbaustudiengang in Suchmaschinen- und Social Media Marketing an der Universität von Barcelona



## Professoren

### Dr. López Rodríguez, Carla

- ♦ Internationale Beraterin und Personal Branding-Ausbilderin
- ♦ Visual Commercial, verantwortlich für die Produktpräsentation bei Inditex in Österreich
- ♦ Dozentin an der Universität von Vigo
- ♦ Dozentin an der Universität Unir
- ♦ Hochschulabschluss in Werbung und PR an der Universität von Alicante
- ♦ Hochschulabschluss in audiovisueller Kommunikation an der Universität Vigo
- ♦ Promotion in Kommunikation von der Universität Vigo mit internationaler Erwähnung und Cum Laude
- ♦ Masterstudiengang in Strategisches Management und Innovation in der Kommunikation von der Universität von Málaga

### Fr. Luque Diaz, Daniela

- ♦ Beraterin für persönliche Marken auf LinkedIn
- ♦ Koordinatorin für Marketingstrategie bei KIND APP in Schweden
- ♦ Koordinatorin für Kunstprogramme in der Abteilung für Kunst und Geisteswissenschaften an der New York University
- ♦ Management der Marketingstrategie für die Modeaccessoires-Kollektion der Marke AITA
- ♦ Projektmanagerin / Marketing & Veranstaltungen bei Top Gear Promotions in Dubai
- ♦ Betriebskoordinatorin für Eurofragance in Dubai
- ♦ Business Development Managerin bei der Intercom Group in Barcelona
- ♦ Hochschulabschluss in Film- und Fernsehproduktion an der Nationalen Universität von Kolumbien
- ♦ Masterstudiengang in Unternehmertum & Innovation am Sten K, Johnson Centre for Entrepreneurship der Universität Lund
- ♦ Masterstudiengang in Öffentlichkeitsarbeit & Protokoll von der ESERP Business School
- ♦ Masterstudiengang in Retail Management an der Autonomen Universität von Barcelona

### Dr. García Veiga, Mariam

- ♦ CEO RockNR rebel
- ♦ Forschende Dozentin an der Universität von Santiago de Compostela
- ♦ Hochschulabschluss in Politikwissenschaft und Öffentliche Verwaltung an der Universität von Santiago de Compostela
- ♦ Promotion in Zeitgenössische Politische Prozesse an der Universität von Santiago de Compostela
- ♦ Masterstudiengang in Marketing und Politische Kommunikation an der Universität von Santiago de Compostela
- ♦ Masterstudiengang in Fortgeschrittene Statistische Techniken an der Universität von Santiago de Compostela
- ♦ Masterstudiengang in International Business/Trade/Commerce von der Interkontinentalen Universität für Unternehmen
- ♦ Masterstudiengang in Webanalyse von der Kschool



*Die führenden Fachleute auf diesem Gebiet haben sich zusammengetan, um Ihnen das umfassendste Wissen zu vermitteln, damit Sie sich mit absoluter Erfolgsgarantie weiterentwickeln können"*

09

# Auswirkung auf Ihre Karriere

Das Studium des Universitätsexperten in Inbound Marketing für die Persönliche Marke kann einen großen Einfluss auf die Karriere von Fachleuten haben, die sich in diesem Bereich spezialisieren. Denn das Universitätsprogramm bietet den Studenten eine umfassende und aktuelle Weiterbildung in digitalen Marketingtechniken für den Aufbau und die Verwaltung einer effektiven persönlichen Marke. Darüber hinaus können sie das erworbene Wissen auf ihre eigene Marke oder die ihrer Kunden anwenden, was ihnen neue Beschäftigungsmöglichkeiten eröffnen und ihr berufliches Profil in einem zunehmend wettbewerbsorientierten und digitalisierten Markt verbessern kann.





“

*Entscheiden Sie sich für TECH und eröffnen  
Sie sich neue berufliche Möglichkeiten im  
Bereich des digitalen Marketings”*

*Werden Sie mit dem 100%igen Online-Universitätsexperten von TECH zu einem Akteur des Wandels und zu einer Führungspersönlichkeit in der digitalen Branche.*

### Sind Sie bereit, den Sprung zu wagen?

**Es erwartet Sie eine hervorragende berufliche Weiterentwicklung.**

Der Universitätsexperte in Inbound Marketing für die Persönliche Marke der TECH ist ein intensives Programm, das auf die Herausforderungen und Geschäftsentscheidungen im Bereich des digitalen Marketings vorbereitet. Das Hauptziel ist es, Ihre persönliche und berufliche Entwicklung zu fördern. Wir helfen Ihnen, erfolgreich zu sein.

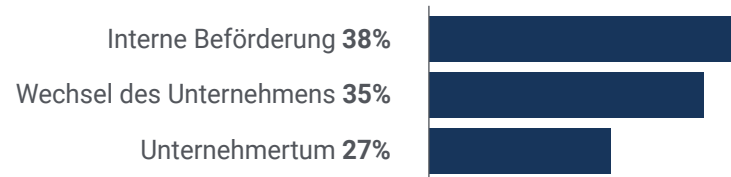
Wenn Sie sich verbessern, eine positive Veränderung auf beruflicher Ebene erreichen und mit den Besten zusammenarbeiten wollen, sind Sie hier genau richtig.

*Wenn Sie Ihre Karriere auf die höchste Stufe heben wollen, ist dieser Universitätsabschluss genau das Richtige für Sie.*

### Zeitpunkt des Wandels



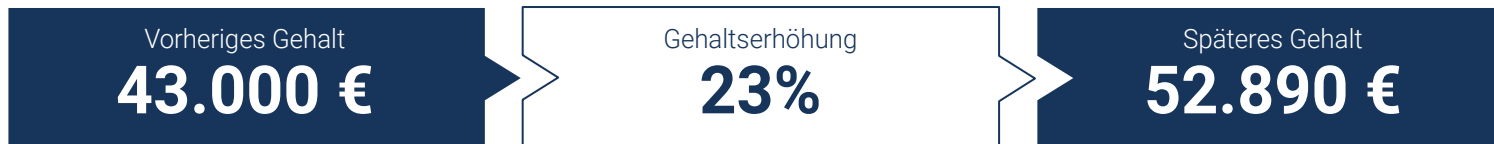
### Art des Wandels



## Gehaltsverbesserung

---

Der Abschluss dieses Programms bedeutet für unsere Studenten eine Gehaltserhöhung von etwa **23%**



10

# Vorteile für Ihr Unternehmen

Ein Spezialist, der den Universitätsexperten in Inbound Marketing für die Persönliche Marke absolviert hat, kann für Unternehmen von großem Nutzen sein. Diese Fachleute verfügen über die notwendigen Fähigkeiten und Kenntnisse, um effektive persönliche Marken zu schaffen und zu verwalten, die die Sichtbarkeit und Glaubwürdigkeit des Unternehmens in der Online-Umgebung erhöhen können. Darüber hinaus können solche Spezialisten dem Unternehmen helfen, stärkere und dauerhaftere Beziehungen zu seinem Publikum aufzubauen, was die Loyalität und die Rentabilität der Investitionen in digitale Marketingstrategien verbessert.



“

*Beherrschen Sie die effektivsten Werkzeuge zur Erstellung von Inhalten, die die Aufmerksamkeit des Publikums auf sich ziehen, und erhalten Sie Zugang zu neuen Karrieremöglichkeiten in großen Unternehmen”*

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

Der Universitätsexperte in Inbound Marketing für die Persönliche Marke garantiert neben der präzisesten und aktuellsten Fortbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologischen Universität ausgestellten Diplom.



“

*Schließen Sie dieses Programm erfolgreich ab  
und erhalten Sie Ihren Universitätsabschluss  
ohne lästige Reisen oder Formalitäten"*

Dieser **Universitätsexperte in Inbound Marketing für die Persönliche Marke** 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 Inbound Marketing für die Persönliche Marke**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **600 Std.**



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



## Universitätsexperte Inbound Marketing für die Persönliche Marke

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

# Universitätsexperte

## Inbound Marketing für die Persönliche Marke