

Universitätsexperte

Unternehmenskommunikation,
Markenstrategie und Reputation





Universitätsexperte

Unternehmenskommunikation, Markenstrategie und Reputation

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Monate
- » Qualifizierung: TECH Global University
- » Akkreditierung: 15 ECTS
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online
- » Gerichtet an: Hochschulabsolventen und Fachleute mit nachweislicher Erfahrung in Bereichen, die mit Kommunikation und institutionellen oder geschäftlichen Beziehungen zu tun haben

Internetzugang: www.techtitude.com/de/wirtschaftsschule/spezialisierung/spezialisierung-unternehmenskommunikation-markenstrategie-reputation

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 24

07

Profil unserer Studenten

Seite 32

08

Kursleitung

Seite 36

09

Auswirkung auf Ihre Karriere

Seite 40

10

Vorteile für Ihr Unternehmen

Seite 44

11

Qualifizierung

Seite 48

01 Willkommen

Diese TECH-Qualifikation zielt darauf ab, Fachleute aus verschiedenen Geschäftsbereichen in Unternehmenskommunikation und Aufbau eines Markenimages fortzubilden, ein äußerst notwendiges Fachgebiet für jeden, der an verantwortungsvollen Positionen in einem Unternehmen interessiert ist. Der Kurs befasst sich mit Pressestellen, Reputationsmanagement und dem Umgang mit Krisen, neben anderen besonders relevanten Themen. Mit den im Kurs vermittelten Kenntnissen werden die Teilnehmer in der Lage sein, alle Kommunikationsaspekte einer Organisation zu kontrollieren und somit größere und besser bezahlte Verantwortung in ihrem eigenen Unternehmen zu übernehmen.



Universitätsexperte in Unternehmenskommunikation, Markenstrategie und Reputation.
TECH Global University



“

Wenn Sie wissen, wie Unternehmen mit der Öffentlichkeit kommunizieren, können Sie mehr Verantwortung innerhalb einer Organisation übernehmen und sich um deren wichtigsten Aspekt, das öffentliche Image, kümmern"

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 Ausbildung von Führungskräften.



“

TECH ist eine Universität an der Spitze der Technologie, die den Studenten alle Ressourcen zur Verfügung stellt, um ihnen zu helfen, geschäftlich erfolgreich zu sein”

Bei TECH Global University



Innovation

Die Universität bietet ein Online-Lernmodell an, das modernste Bildungstechnologie mit höchster pädagogischer Strenge 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 sind nicht wirtschaftlich. Sie brauchen keine große Investitionen zu tätigen, um bei uns zu studieren. Um jedoch einen Abschluss bei TECH zu erlangen, werden die Grenzen der Intelligenz und der Kapazität des Schülers getestet. Die akademischen Standards unserer Einrichtung sind sehr hoch...

95%

Der Studenten von TECH schließen ihr Studium erfolgreich ab.



Vernetzung

Fachleute aus der ganzen Welt nehmen an der TECH teil, so dass die Studenten ein umfangreiches Netz von Kontakten knüpfen können, die ihnen für ihre Zukunft nützlich sein werden.

+100.000

Jährlich geschulte 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 der Studenten in der Geschäftswelt zu fördern. Eine Gelegenheit für Sie, Ihre Anliegen und Ihre Unternehmensvisionen vorzutragen.

TECH hilft den Studenten, ihr Talent am Ende dieses Programms der Welt zu zeigen.



Multikultureller Kontext

Ein Studium bei TECH bietet den Studenten eine einzigartige Erfahrung. Sie werden in einem multikulturellen Kontext studieren. In einem Programm mit einer globalen Vision, dank derer Sie die Arbeitsweise in verschiedenen Teilen der Welt kennenlernen und die neuesten Informationen sammeln können, die am besten zu Ihrer 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 den Studenten die beste Online-Lernmethodik an. Die Universität kombiniert die Relearning-Methode (die international am besten bewertete postgraduale Lernmethodik) mit Fallstudien. Tradition und Avantgarde in einem schwierigen Gleichgewicht, und das im Rahmen des anspruchsvollsten akademischen Weges.



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, **Volumen + Technologie = disruptives Preisniveau**. Damit stellen wir sicher, dass das Studium nicht so kostspielig ist wie an einer anderen Universität.



Lerne mit den Besten

Das TECH-Lehrerteam erklärt im Unterricht, was sie in ihren Unternehmen zum Erfolg geführt hat, und arbeitet dabei in einem realen, lebendigen und dynamischen Kontext. Lehrkräfte, die sich voll und ganz dafür einsetzen, Ihnen eine hochwertige Spezialisierung zu bieten, die es die es den Studenten ermöglichen, in Ihrer Karriere voranzukommen und sich in der Geschäftswelt zu profilieren.

Lehrkräfte aus 20 verschiedenen Ländern.



Bei TECH werden Sie Zugang zu den gründlichsten und aktuellsten Fallstudien der akademischen Welt haben“

03

Warum unser Programm?

Die Teilnahme am TECH-Programm bedeutet eine Vervielfachung Ihrer 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. Die Studenten werden von den besten Lehrkräften und mit den flexibelsten und innovativsten Lehrmethoden unterrichtet.



“

Wir verfügen über das renommierteste Lehrpersonal und den umfassendsten Lehrplan auf dem Markt, so dass wir Ihnen eine Ausbildung 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

Ein Studium bei TECH bietet den Studenten, Ihre Zukunft selbst in die Hand zu nehmen und Ihr volles Potenzial zu entfalten. Durch die Teilnahme an unserem Programm erwerben Sie in kurzer Zeit die notwendigen Fähigkeiten, um Ihre berufliche Laufbahn positiv zu verändern.

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

02

Sie werden eine strategische und globale Vision des Unternehmens entwickeln

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

Unsere globale Vision des Unternehmens wird Ihre strategische Vision verbessern.

03

Sie werden sich in der Unternehmensführung fest etablieren

Ein Studium an der TECH öffnet die Türen zu einem beruflichen Panorama von großer Bedeutung, so dass sich die Studenten als hochrangige Führungskräfte mit einem umfassenden Blick auf das internationale Umfeld positionieren können.

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

04

Sie werden neue Aufgaben übernehmen

Während des Programms werden die neuesten Trends, Entwicklungen und Strategien vorgestellt, damit die Studenten ihre berufliche Tätigkeit in einem sich verändernden Umfeld ausüben können.

45% der Auszubildenden werden intern befördert.

05

Sie haben Zugang zu einem leistungsfähigen Netzwerk von Kontakten

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

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

06

Rigorese 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

Verbessern Sie *Soft Skills* und Führungsqualitäten

TECH hilft den Studenten, ihr erworbenes Wissen anzuwenden und weiterzuentwickeln und ihre zwischenmenschlichen Fähigkeiten zu verbessern, damit sie zu Führungskräften werden, die etwas bewirken.

Verbessern Sie Ihre Kommunikation- und Führungsfähigkeiten und bringen Sie Ihre Karriere in Schwung.

08

Sie werden Teil einer exklusiven Gemeinschaft sein

Wir bieten Ihnen die Möglichkeit, Teil einer Gemeinschaft von Elite-Managern, großen Unternehmen, renommierten Institutionen und qualifizierten Professoren der renommiertesten Universitäten der Welt zu werden. Die TECH Global University Community.

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

04 Ziele

Diese Fortbildung ist eine einzigartige Gelegenheit, wichtige Kenntnisse über das Geschäftsumfeld zu erwerben und in der Lage zu sein, in der Öffentlichkeit und im Unternehmen selbst sichtbar zu sein. Dies führt dazu, dass der Student sich für Positionen mit größerer Verantwortung entscheiden oder sich für interessante Beförderungen bewerben kann, indem er seine beruflichen Fähigkeiten dank einer Reihe von Kompetenzen unter Beweis stellt, die ihn von anderen Kandidaten unterscheiden.



“

*Beherrschen Sie die
Geschäftskommunikation, um Ihrem
Lebenslauf Professionalität zu verleihen"*

TECH macht sich die Ziele seiner Studenten zu eigen.

Wir arbeiten zusammen, um sie zu erreichen.

Der **Universitätsexperte in Unternehmenskommunikation, Markenstrategie und Reputation** wird den Studenten zu Folgendem befähigen:

01

Entwerfen effizienter Kommunikationsstrategien für Organisationen, die in einem wirtschaftlich wettbewerbsfähigen und kulturell vielfältigen Umfeld tätig sind

04

Implementieren von Kommunikationsplänen und -maßnahmen in jeder einzelnen Variante, in der die Kommunikation stattfindet, sowohl extern als auch intern in der Organisation

02

Beeinflussen von Meinungen, Einstellungen und Verhaltensweisen der internen und externen Zielgruppen der Organisation

05

Erklären der strategischen Zusammenhänge und ständigen Rückkopplungen, die zwischen den verschiedenen Formen der Unternehmenskommunikation bestehen

03

Verwalten von Unternehmensimage, Werbung und Identität in angemessener Weise

06

Wählen von geeigneten Kommunikationskanälen und -medien, in Übereinstimmung mit der Marke und der Unternehmenspositionierung



07

Prüfen des Images und des Rufs des Unternehmens durch Anwendung verschiedener methodischer Modelle

08

Analysieren der öffentlichen Meinung als Informationsquelle für die Markenpositionierung

09

Durchführen der notwendigen strategischen Anpassungen zur Korrektur der Probleme, die sich aus der gewünschten, projizierten und wahrgenommenen Identität ergeben

05

Struktur und Inhalt

Dieser Universitätsexperte in Unternehmenskommunikation, Markenstrategie und Reputation wird vollständig online unterrichtet, so dass der Student das Studienmaterial an seinen eigenen Zeitplan und seine Verfügbarkeit anpassen kann. Während der 6 Monate, die der Kurs dauert, werden die wichtigsten Grundlagen für die Übernahme von Positionen wie Leiter der Kommunikation und des Unternehmensimages gelegt.



“

Eine komplette Fortbildung von hohem Interesse für den Profi, die es ihm ermöglicht, sich unter den Besten des Sektors zu behaupten"

Lehrplan

Der Universitätsexperte in Unternehmenskommunikation, Markenstrategie und Reputation ist ein intensives Programm, das die Studenten darauf vorbereitet, alle Arten von Kommunikationsherausforderungen in der Geschäftswelt zu meistern. Der Inhalt ist so konzipiert, dass er die Entwicklung von Managementfähigkeiten fördert, um eine bessere Entscheidungsfindung in unsicheren Umgebungen zu ermöglichen.

In 450 Unterrichtsstunden wird der Student in Einzelarbeit eine Vielzahl praktischer Fälle studieren, die es ihm ermöglichen, die notwendigen Fähigkeiten zu erwerben, um sich in seiner täglichen Praxis erfolgreich zu entwickeln. Es ist also ein echtes Eintauchen in reale Geschäftssituationen.

Dieses Programm befasst sich eingehend mit verschiedenen Bereichen des Unternehmens und ist darauf ausgerichtet, Führungskräften die Bedeutung der Unternehmenskommunikation aus einer strategischen, internationalen und innovativen Perspektive besser zu vermitteln.

Ein Plan, der speziell für Studenten entwickelt wurde, der sich auf ihre berufliche Weiterentwicklung konzentriert und sie darauf vorbereitet, Spitzenleistungen im Bereich des Markenmanagements und der Unternehmenskommunikation zu erzielen. Ein Programm, das ihre Bedürfnisse und die ihres Unternehmens durch innovative Inhalte, die auf den neuesten Trends basieren, versteht. Unterstützt durch die beste Lehrmethodik und einen außergewöhnlichen Lehrkörper, der ihnen die Kompetenzen vermitteln wird, kritische Situationen auf kreative und effiziente Weise zu lösen.

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

- Modul 1.** Unternehmenskommunikation, Markenstrategie und Reputation
- Modul 2.** Strategische Planung der Unternehmenskommunikation
- Modul 3.** Management-Aspekte der Unternehmenskommunikation
- Modul 4.** Ethik und soziale Verantwortung der Unternehmen



Wo, wann und wie wird unterrichtet?

TECH bietet den Studenten die Möglichkeit, dieses Programm vollständig online zu absolvieren. Während dieser 6-monatigen Spezialisierung können sie jederzeit auf alle Inhalte dieses Programms zugreifen, so dass sie ihre Studienzzeit selbst verwalten können.

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

Modul 1. Unternehmenskommunikation, Markenstrategie und Reputation

<p>1.1. Unternehmensidentität und strategische Vision</p> <p>1.1.1. Identität und Neudefinition der Unternehmenswerte</p> <p>1.1.2. Unternehmenskultur</p> <p>1.1.3. Herausforderungen für die Kommunikationsabteilung</p> <p>1.1.4. Image und öffentliche Projektion</p>	<p>1.2. Strategie der Unternehmensmarke</p> <p>1.2.1. Öffentliches Image und <i>Stakeholder</i></p> <p>1.2.2. Strategie und Management des <i>Corporate Branding</i></p> <p>1.2.3. Strategie der Unternehmenskommunikation im Einklang mit der Markenidentität</p>	<p>1.3. Reputationstheorie</p> <p>1.3.1. Reputation als Paradigma für ein gutes Unternehmen</p> <p>1.3.2. Das Konzept der Unternehmensreputation</p> <p>1.3.3. Interne Reputation</p> <p>1.3.4. Der Einfluss der Internationalisierung auf Unternehmensreputation</p>	<p>1.4. Reputationsbewertung</p> <p>1.4.1. Das Audit der Unternehmensreputation</p> <p>1.4.2. <i>Listed Companies Reputation Monitor</i></p> <p>1.4.3. Reputationsindex für gute Unternehmensführung</p> <p>1.4.4. Analyse der sektoralen Reputation</p>
<p>1.5. Reputationsmanagement</p> <p>1.5.1. Verwaltung der Unternehmensreputation</p> <p>1.5.2. Fokus auf Markenreputation</p> <p>1.5.3. Management der Reputation von Führungskräften</p>	<p>1.6. Management von Reputationsrisiken und Krisen</p> <p>1.6.1. Zuhören und Wahrnehmungen steuern</p> <p>1.6.2. Verfahren, Krisenhandbuch und Krisenpläne</p> <p>1.6.3. Schulung von Pressesprechern für Krisenfälle</p>	<p>1.7. Ethische Nachhaltigkeit</p> <p>1.7.1. Strategie und Nachhaltigkeitskriterien</p> <p>1.7.2. Kommunikationskampagnen mit Nachhaltigkeitskriterien</p> <p>1.7.3. Positionierung und nachhaltiges Markenimage</p>	<p>1.8. Metriken und Analysen zu Marke und Reputation</p> <p>1.8.1. Einführung in die Metrik der Unternehmensmarke</p> <p>1.8.2. Interne und externe Messraten</p> <p>1.8.3. Instrumente zur Markenverwaltung</p> <p>1.8.4. <i>Rankings</i> und Markenbewertung</p>

Modul 2. Strategische Planung der Unternehmenskommunikation

<p>2.1. <i>Strategic Planner</i></p> <p>2.1.1. Strategischer Planer: Ursprünge und Funktionen</p> <p>2.1.2. Der <i>Strategic Planner</i> in Werbeunternehmen, strategischen Beratungsfirmen und Kommunikationsunternehmen</p> <p>2.1.3. Management von <i>Stakeholdern</i></p>	<p>2.2. Modelle und Schulen für Planung</p> <p>2.2.1. Modelle für die Verwaltung immaterieller Werte</p> <p>2.2.2. Immaterielle Werte und strategischer Plan</p> <p>2.2.3. Bewertung von immateriellen Werten</p> <p>2.2.4. Reputation und immaterielle Werte</p>	<p>2.3. Qualitative Forschung in der strategischen Planung</p> <p>2.3.1. Erkennung von <i>insights</i></p> <p>2.3.2. <i>Focus Group</i> für die strategische Planung</p> <p>2.3.3. Planung strategischer Interviews</p>	<p>2.4. Quantitative Forschung in der strategischen Planung</p> <p>2.4.1. Analysieren von Daten und Ziehen von Schlussfolgerungen</p> <p>2.4.2. Einsatz psychometrischer Techniken</p> <p>2.4.3. Herausforderungen in der Forschung im Bereich der Unternehmenskommunikation</p>
<p>2.5. Formulierung der kreativen Strategie</p> <p>2.5.1. Erkundung strategischer Alternativen</p> <p>2.5.2. <i>Contrabriefing</i> oder Kreatives <i>Briefing</i></p> <p>2.5.3. <i>Branding</i> und <i>Positioning</i></p>	<p>2.6. Strategischer Einsatz der verschiedenen Medien</p> <p>2.6.1. 360°-Kampagnen</p> <p>2.6.2. Einführung neuer Produkte</p> <p>2.6.3. Soziale Trends</p> <p>2.6.4. Bewertung der Effektivität</p>	<p>2.7. Trends in der Unternehmenskommunikation</p> <p>2.7.1. Erstellung und Verteilung von Unternehmensinhalten</p> <p>2.7.2. Unternehmenskommunikation im Web 2.0</p> <p>2.7.3. Einführung von Metriken in den Kommunikationsprozess</p>	<p>2.8. Sponsoring und Mäzenatentum</p> <p>2.8.1. Handlungsstrategien für Sponsoring, Mäzenatentum und soziale Werbung</p> <p>2.8.2. Kommunikationsmöglichkeiten und materielle und immaterielle Erträge</p> <p>2.8.3. Hospitality und Partnerschaftsaktionen</p>

Modul 3. Management-Aspekte der Unternehmenskommunikation

<p>3.1. Kommunikation in Unternehmen</p> <p>3.1.1. Organisationen, Menschen und Gesellschaft</p> <p>3.1.2. Historische Entwicklung des Organisationsverhaltens</p> <p>3.1.3. Bidirektionale Kommunikation</p> <p>3.1.4. Kommunikationsbarrieren</p>	<p>3.2. Struktur, Verwaltung und Herausforderungen des Kommunikationsmanagements</p> <p>3.2.1. Abteilungsstruktur der Kommunikationsdirektionen</p> <p>3.2.2. Aktuelle Trends bei Managementmodellen</p>	<p>3.2.3. Integration von immateriellen Werten</p> <p>3.2.4. Herausforderungen für die Kommunikationsabteilung</p>	<p>3.3. Umfassender Kommunikationsplan</p> <p>3.3.1. Audit und Diagnose</p> <p>3.3.2. Ausarbeitung des Kommunikationsplans</p> <p>3.3.3. Ergebnisse messen: KPIs und ROI</p>
--	---	--	---

3.4. Medieneffekte

- 3.4.1. Wirksamkeit von Marketing und Werbekommunikation
- 3.4.2. Theorien über Medieneffekte
- 3.4.3. Soziale und Co-Creation-Modelle
- 3.5.1. Pressestellen und Medienarbeit

- 3.5.2. Verwaltung von Berichten und Interviews mit Pressesprechern
- 3.5.3. Virtueller *Press-Room* und E-Kommunikation
- 3.5.4. Kauf von Werbeflächen

3.6. Öffentlichkeitsarbeit

- 3.6.1. PR-Strategie und -Praxis
- 3.6.2. Protokoll und zeremonielle Regeln
- 3.6.3. Veranstaltungsorganisation und kreatives Management

3.7. Lobbys und Interessengruppen

- 3.7.1. Meinungsgruppen und ihre Rolle in Unternehmen und Institutionen
- 3.7.2. Institutionelle Beziehungen und *Lobbying*
- 3.7.3. Interventionsbereiche, Regulierungsinstrumente, Strategie und Mittel zur Verbreitung

3.8. Interne Kommunikation

- 3.8.1. Programme für Motivation, soziales *Engagement*, Beteiligung und Weiterbildung mit HR
- 3.8.2. Interne Kommunikationsmittel und Medien
- 3.8.3. Der interne Kommunikationsplan

3.9. Branding & Naming

- 3.9.1. Markenmanagement und Koordination in die Markteinführung neuer Produkte
- 3.9.2. Neupositionierung der Marken

3.10. Publikumsvorhersage und Datenquellen

- 3.10.1. Maßeinheiten und Publikumsprofile
- 3.10.2. Affinität, *Share*, *Rating* und GRP's
- 3.10.3. Aktuelle Anbieter auf dem Werbemarkt

Modul 4. Ethik und soziale Verantwortung der Unternehmen

4.1. Management und CSR

- 4.1.1. Strategische Vision der sozialen Verantwortung der Unternehmen
- 4.1.2. *Balanced Scorecard*
- 4.1.3. Systeme und Modelle für die Implementierung von CSR
- 4.1.4. Organisation der CSR. Rollen und Verantwortlichkeiten

4.2. Corporate Responsibility

- 4.2.1. Wertschöpfung in einer Wirtschaft der immateriellen Werte
- 4.2.2. CSR: Unternehmerische Verpflichtung
- 4.2.3. Soziale, ökologische und wirtschaftliche Auswirkungen

4.3. Verantwortungsvolle Finanzen und Investitionen

- 4.3.1. Nachhaltigkeit und die Verantwortung des CFO
- 4.3.2. Transparenz der Informationen
- 4.3.3. Verantwortungsvolle Finanzen und Investitionen
- 4.3.4. Sozialwirtschaft, Genossenschaftswesen und soziale Verantwortung der Unternehmen

4.4. Unternehmen und Umwelt

- 4.4.1. Nachhaltiges Wachstum
- 4.4.2. Gesetzliche Entwicklungen bei der Umwelthaftung
- 4.4.3. Reaktion der Unternehmen auf die Umweltproblematik
- 4.4.4. Abfall und Emissionen

4.5. Packaging und Umwelt

- 4.5.1. *Packaging* als Geschäftsstrategie der Differenzierung
- 4.5.2. Animation und Kommunikation am *Point of Sale*
- 4.5.3. *Packaging Design* und zukünftige Trends

4.6. Verantwortungsvolle Management-Systeme und -Tools

- 4.6.1. Managementsysteme für soziale Verantwortung
- 4.6.2. Systemintegration
- 4.6.3. Systeme für Qualitäts-, Umwelt- und Arbeitsschutzmanagement
- 4.6.4. Audits

4.7. Wirtschaftsethik

- 4.7.1. Ethisches Verhalten im Unternehmen
- 4.7.2. Deontologie und ethische Kodizes
- 4.7.3. Betrug und Interessenkonflikte

4.8. Multinationale Unternehmen und Menschenrechte

- 4.8.1. Globalisierung, Menschenrechte und multinationale Unternehmen
- 4.8.2. Multinationale Unternehmen und internationales Recht
- 4.8.3. Spezifische Rechtsinstrumente

4.9. Rechtliches Umfeld und Corporate Governance

- 4.9.1. Internationale Einfuhr- und Ausfuhrnormen
- 4.9.2. Geistiges und gewerbliches Eigentum
- 4.9.3. Internationales Arbeitsrecht

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 in Unternehmenskommunikation, Markenstrategie und Reputation ist ein Programm, das sich an Fachleute aus dem Bereich der Kommunikation richtet, die ihr Wissen aktualisieren, neue Wege des Informations- und Kommunikationsmanagements in Unternehmen entdecken und in ihrer beruflichen Laufbahn vorankommen möchten. Die Vielfalt der Teilnehmer mit unterschiedlichen akademischen Profilen, die aus mehreren Ländern kommen, macht den multidisziplinären Ansatz dieses Programms aus, was zweifellos ein Plus für jeden ist, der sich in einem internationalen Umfeld weiterentwickeln möchte.





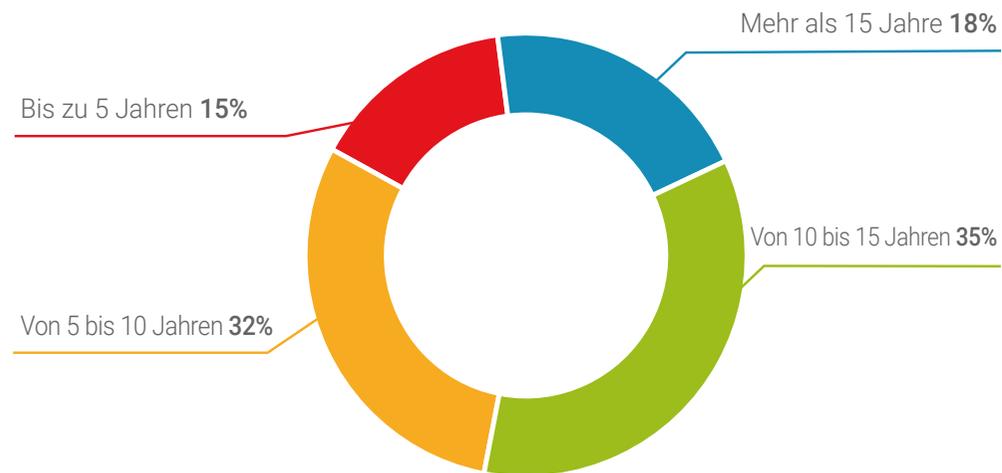
“

Wenn Sie Erfahrung im Bereich der Kommunikation haben und nach einer interessanten Verbesserung Ihrer Karriere suchen, während Sie weiterhin arbeiten, ist dieses Programm das Richtige für Sie"

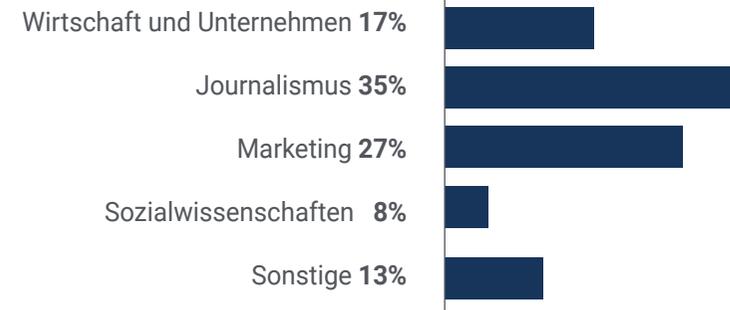
Durchschnittliches Alter

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

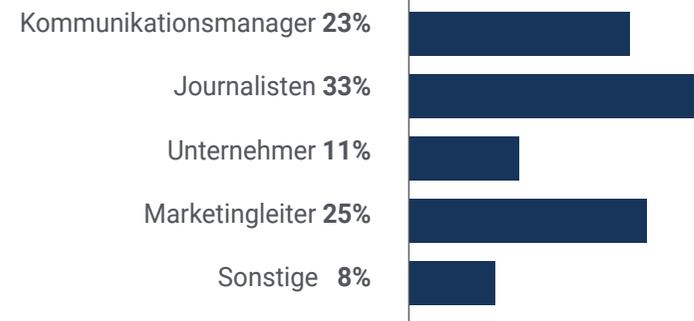
Jahre der Erfahrung



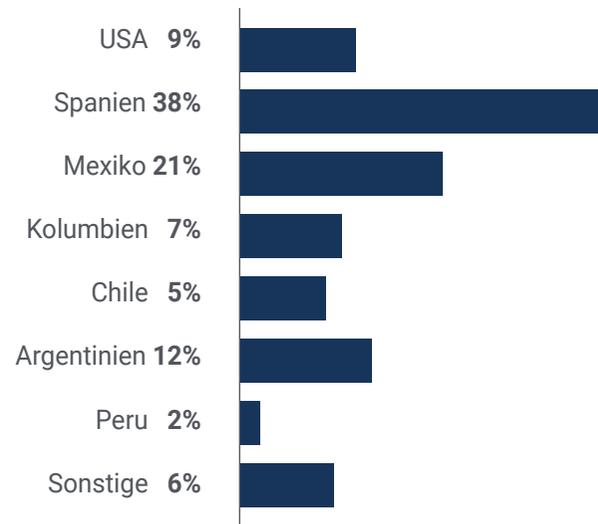
Ausbildung



Akademisches Profil



Geografische Verteilung



José Huertas

Kommunikationsdirektor

"Dank dieses Universitätsexperten konnte ich besser verstehen, wie man die Kommunikation in dem Unternehmen, in dem ich arbeitete, managt. Ich habe mich schnell bei meinen Vorgesetzten beliebt gemacht, die nicht zögerten, mir kurz nach Abschluss des Kurses eine Position mit größerer Verantwortung zu geben"

08

Kursleitung

An unserer Universität verfügen wir über Fachleute, die sich auf die einzelnen Wissensgebiete spezialisiert haben und ihre Erfahrungen in unsere Kurse einbringen. Ein multidisziplinäres Team mit anerkanntem Prestige, das sich zusammengetan hat, um Ihnen sein gesamtes Wissen auf diesem Gebiet anzubieten.





“

Unser Dozententeam, Experten für Unternehmenskommunikation, Markenstrategie und Reputation, wird Ihnen helfen, in Ihrem Beruf erfolgreich zu sein"

Internationaler Gastdirektor

Wendy Thole-Muir, Gewinnerin des „International Content Marketing Awards“ für ihre Kreativität, Führungsqualitäten und die Qualität ihrer informativen Inhalte, ist eine renommierte Kommunikationsdirektorin, die sich auf den Bereich des Reputationsmanagements spezialisiert hat.

In diesem Sinne hat sie eine solide berufliche Laufbahn von mehr als zwei Jahrzehnten in diesem Bereich entwickelt, die sie zu renommierten internationalen Referenzunternehmen wie Coca-Cola geführt hat. Zu ihren Aufgaben gehören die Überwachung und das Management der Unternehmenskommunikation sowie die Kontrolle des Unternehmensimages. Unter anderem hat sie die Implementierung der internen Interaktionsplattform Yammer geleitet. Dank dieser Plattform konnten die Mitarbeiter ihr Engagement für die Marke erhöhen und eine Gemeinschaft schaffen, die die Informationsübermittlung deutlich verbessert hat.

Außerdem war sie für die Kommunikation der strategischen Investitionen der Unternehmen in verschiedenen afrikanischen Ländern zuständig. Ein Beispiel dafür ist, dass sie den Dialog über bedeutende Investitionen in Kenia geleitet hat, um das Engagement der Unternehmen für die wirtschaftliche und soziale Entwicklung des Landes zu unterstreichen. Zudem hat sie zahlreiche Auszeichnungen für ihre Fähigkeit erhalten, die Wahrnehmung der Unternehmen in allen Märkten, in denen sie tätig ist, zu steuern. Auf diese Weise hat sie dafür gesorgt, dass die Unternehmen ein hohes Ansehen genießen und die Verbraucher sie mit hoher Qualität in Verbindung bringen.

Darüber hinaus hat sie in ihrem festen Engagement für Spitzenleistungen aktiv an renommierten globalen Konferenzen und Symposien teilgenommen, um Informationsexperten dabei zu helfen, an der Spitze der ausgefeiltesten Techniken zur Entwicklung erfolgreicher strategischer Kommunikationspläne zu bleiben. Auf diese Weise hat sie zahlreichen Experten geholfen, institutionelle Krisensituationen vorauszusehen und negative Ereignisse effektiv zu bewältigen.



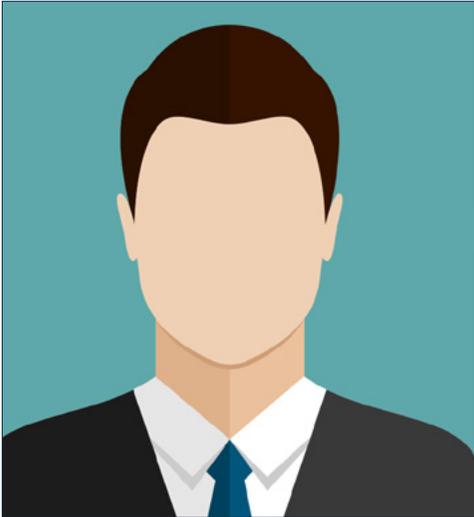
Fr. Thole-Muir, Wendy

- Direktorin für strategische Kommunikation und Unternehmensreputation bei Coca-Cola, Südafrika
- Leiterin der Abteilung Unternehmensreputation und Kommunikation bei ABI at SABMiller in Löwen, Belgien
- Kommunikationsberaterin bei ABI, Belgien
- Beraterin für Reputation und Kommunikation bei Third Door in Gauteng, Südafrika
- Masterstudiengang in Sozialverhaltensforschung an der Universität von Südafrika
- Masterstudiengang in Kunst mit Spezialisierung in Soziologie und Psychologie an der Universität von Südafrika
- Hochschulabschluss in Politikwissenschaft und Industriesoziologie an der Universität von KwaZulu-Natal
- Hochschulabschluss in Psychologie an der Universität von Südafrika

“

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

Leitung



Hr. Larrosa Guirao, Salvador

- ◆ Professor mit Spezialisierung auf Finanzen und mit umfangreicher Erfahrung in diesem Bereich und in der Lehre

Professoren

Fr. Gomis Noriega, Silvia

- ◆ Professorin für Innovation
- ◆ Praktikerin mit umfangreicher Erfahrung und pädagogischem Hintergrund



Elements of Complete Plan

- Executive Summary
- Company Summary
- Products and Services
- Market Analysis
- Management
- Financial Plan
- Appendix



Key to Success

Product and Services

Objectives

Strategies

09

Auswirkung auf Ihre Karriere

TECH ist sich darüber im Klaren, dass die Teilnahme an einem Programm mit diesen Merkmalen eine große wirtschaftliche, berufliche und natürlich auch persönliche Investition seitens des Studenten bedeutet. Das ultimative Ziel dieser großen Anstrengung muss also sein, im Bereich der Unternehmenskommunikation beruflich zu wachsen. Aus diesem Grund ist der Zugang zu den fortschrittlichsten didaktischen Materialien und Werkzeugen des Sektors durch die innovativste Methodik auf dem Markt garantiert.



“

TECH gibt Ihnen die besten Kommunikationsmittel und -methoden auf dem Markt an die Hand, damit Sie sich in Ihrem Job schnell von der Konkurrenz abheben können"

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

Der Universitätsexperte in Unternehmenskommunikation, Markenstrategie und Reputation ist ein intensives Programm, das die Studenten darauf vorbereitet, Arbeitsteams zu leiten, die sich mit der Kommunikationsstrategie des Unternehmens befassen, und die Qualität der Endergebnisse zu verbessern. Sein Hauptziel ist es, ihre persönliche und berufliche Entwicklung zu fördern und ihnen zu helfen, in ihrer Karriere erfolgreich zu sein.

Die interne Beförderung ist eine der besten Möglichkeiten, Ihre Karriere zu verbessern. Zögern Sie also nicht länger und bilden Sie sich für den Erfolg in Ihrem Unternehmen weiter.

Erzielen Sie dank des Erwerbs dieses Spezialisierungsprogramms eine positive Veränderung in Ihrer Karriere.

Zeit für Veränderungen



Art der Änderung



Verbesserung der Gehälter

Der Abschluss dieses Programms führt zu einer Gehaltserhöhung von mehr als **25,22%** für unsere Auszubildenden.



10

Vorteile für Ihr Unternehmen

Der Universitätsexperte in Unternehmenskommunikation, Markenstrategie und Reputation trägt durch die Spezialisierung von hochrangigen Führungskräften dazu bei, die Talente des Unternehmens auf ihr maximales Potenzial zu bringen. Die Teilnahme an diesem Programm ist eine einmalige Gelegenheit, ein leistungsfähiges Kontaktnetz zu knüpfen, um künftige Geschäftspartner, Kunden oder Lieferanten zu finden.





“

TECH wird es Ihnen ermöglichen, die wichtigsten Werkzeuge kennenzulernen, um sich in Ihrem Beruf mit Leichtigkeit zurechtzufinden"

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

01

Wachsendes Talent und intellektuelles Kapital

Sie werden neue Konzepte, Strategien und Perspektiven in das Unternehmen einbringen, die bedeutende Veränderungen in der Organisation 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 Führungskraft und eröffnet neue Wege für die berufliche Entwicklung innerhalb des Unternehmens.

03

Aufbau von Akteuren des Wandels

Sie werden 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

Sie werden an einem echten Projekt arbeiten oder neue Projekte im Bereich FuE oder Business Development Ihres Unternehmens entwickeln können.

06

Gesteigerte Wettbewerbsfähigkeit

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

11

Qualifizierung

Der Universitätsexperte in Unternehmenskommunikation, Markenstrategie und Reputation garantiert neben der strengsten und aktuellsten Ausbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Global University ausgestellten Diplom.



“

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

Mit diesem Programm erwerben Sie den von **TECH Global University**, der größten digitalen Universität der Welt, bestätigten eigenen Titel **Universitätsexperte in Unternehmenskommunikation, Markenstrategie und Reputation**

TECH Global University ist eine offizielle europäische Universität, die von der Regierung von Andorra ([Amtsblatt](#)) öffentlich anerkannt ist. Andorra ist seit 2003 Teil des Europäischen Hochschulraums (EHR). Der EHR ist eine von der Europäischen Union geförderte Initiative, die darauf abzielt, den internationalen Ausbildungsrahmen zu organisieren und die Hochschulsysteme der Mitgliedsländer dieses Raums zu vereinheitlichen. Das Projekt fördert gemeinsame Werte, die Einführung gemeinsamer Instrumente und die Stärkung der Mechanismen zur Qualitätssicherung, um die Zusammenarbeit und Mobilität von Studenten, Forschern und Akademikern zu verbessern.

Dieser eigene Abschluss der **TECH Global University** ist ein europäisches Programm zur kontinuierlichen Weiterbildung und beruflichen Fortbildung, das den Erwerb von Kompetenzen in seinem Wissensgebiet garantiert und dem Lebenslauf des Studenten, der das Programm absolviert, einen hohen Mehrwert verleiht.

Titel: Universitätsexperte in Unternehmenskommunikation, Markenstrategie und Reputation

Modalität: online

Dauer: 6 Monate

Akkreditierung: 15 ECTS





Universitätsexperte

Unternehmenskommunikation,
Markenstrategie und Reputation

- » Modalität: online
- » Dauer: **6 Monate**
- » Qualifizierung: **TECH Global University**
- » Akkreditierung: **15 ECTS**
- » Zeitplan: **in Ihrem eigenen Tempo**
- » Prüfungen: **online**

Universitätsexperte

Unternehmenskommunikation,
Markenstrategie und Reputation