

Detaillierte Modulbeschreibung zum Hochschulzertifikat Neuromarketing und Psychologie im Vertrieb



1 Aufbau des Hochschulzertifikats Neuromarketing und Psychologie im Vertrieb

Die Hochschulzertifikate der Brand University of Applied Sciences bieten innovative Weiterbildungsprogramme zu aktuellen Themen und vermitteln Dir das nötige praktische Rüstzeug für eine Karriere in der Welt des digitalen Marketings und der Markenbildung.

Besonders an diesem Hochschulzertifikat ist die hohe Flexibilität der Absolvierung. Der Studienstart ist jederzeit möglich und das Hochschulzertifikat wird gänzlich online absolviert. Verbindliche Termine für Abgaben oder Klausuren gibt es nicht. Zudem können sämtliche Prüfungsleistungen online absolviert werden. Die Dauer des Hochschulzertifikats ist auf 1 Monat ausgelegt, kann jedoch flexibel kostenfrei auf bis zu 4 Monate verlängert werden. Während des Hochschulzertifikats erhältst Du eine umfassende persönliche Betreuung und profitierst von einer 24-Stunden-Antwortgarantie.

Der Ablauf des Hochschulzertifikats gestaltet sich sequenziell. Das Hochschulzertifikats besteht aus 2 Lehrveranstaltungen (LV), die nacheinander absolviert werden und jeweils mit einer Onlineklausur im Multiple-Choice-Format abschließen. Onlineklausuren können jederzeit und ohne Vorankündigung direkt auf der Lernplattform absolviert werden. Nach einem positiven Antritt erhalten Teilnehmende automatisch Zugriff auf die darauffolgende LV. Nach Abschluss aller LVs erhalten Teilnehmende Zugriff auf die Aufgabenstellung der vertiefenden Hausarbeit im Ausmaß von ungefähr 5 – 8 Seiten. Insgesamt erhältst Du vollwertige 6 ECTS-Punkte für dieses Hochschulzertifikat.

Modulname	Leistungsnachweis	6 ECTS (150 Stunden)
Neuromarketing & Werbepsychologie	Multiple-Choice-Klausur	
Psychologie im Vertrieb und E-Commerce	Multiple-Choice-Klausur	
Vertiefende Hausarbeit	Schriftliche Arbeit mit Praxisfokus	

2 Lernergebnisse

Die Studierenden haben:

- ✓ Kenntnisse über die Begrifflichkeiten und Prinzipien des Neuromarketings- und Emotional Selling,
- ✓ einen umfangreichen Einblick in die Neurokommunikation und Auswirkungen der Körpersprache,
- ✓ Kenntnisse über die Techniken der Werbepsychologie und psychologischer Verkaufstechniken,
- ✓ Erfahrungen über die Bedeutung von Emotionen im Verkauf und bei der Gestaltung von Angeboten im E-Commerce,
- ✓ Einblicke in die Bedeutung und Auswirkung der Preisgestaltung im E-Commerce.

3 Lehrinhalte und Beurteilung

Lehrinhalte

- ✓ Neuromarketing
- ✓ Emotional Selling
- ✓ Neurokommunikation
- ✓ Körpersprache
- ✓ Neuropsychologische Verarbeitung
- ✓ Modelle der Werbepsychologie
- ✓ Werbung und Werbewirkung
- ✓ Psychologie der Werbewirkungsfaktoren
- ✓ Psychologische Verkaufstechniken
- ✓ Emotionen im Verkauf
- ✓ Preispsychologie und Preisverhandlungen
- ✓ Preisgestaltung im E-Commerce

Beurteilung

- ✓ Onlineklausur und vertiefende Hausarbeit