

Universitätskurs

Kreativität in der Werbung



Universitätskurs

Kreativität in der Werbung

- » Modalität: online
- » Dauer: 2 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Internetzugang: www.techtitute.com/de/journalismus-kommunikation/universitatskurs/kreativitat-werbung

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Struktur und Inhalt

Seite 12

04

Methodologie

Seite 18

05

Qualifizierung

Seite 26

01

Präsentation

Die besten Werbekampagnen basieren auf Innovation und Kreativität. Um die Aufmerksamkeit des Publikums zu gewinnen, ist es wichtig, auf etwas noch nie Dagewesenes zu setzen. Dieser Intensivkurs vermittelt einen umfassenden Einblick in das Verfassen von Werbetexten und die Fähigkeit, den Zweck einer Anzeige zu verstehen. Zu diesem Zweck wird eine Reihe von Regeln und Vorsichtsmaßnahmen behandelt, um das Schreiben effizient und professionell zu gestalten. Zweifellos ein einzigartiges Programm, das den Weg für die berufliche Entwicklung ebnet.





“

Spezialisieren Sie sich auf Copywriting, kreatives Schreiben und Art Direction in der Werbung und erwerben Sie die Fähigkeiten, die Sie brauchen, um in diesem Bereich erfolgreich zu sein"

TECH bietet seinen Studenten mit diesem Universitätskurs ein Kompendium an Kenntnissen über das Verfassen von Werbetexten, in dem sie lernen, die Besonderheiten des Verfassens der verschiedenen Botschaften anzuwenden und zu analysieren: Briefe, Broschüren, Presseanzeigen, Plakate, Werbespots, usw., sowohl theoretisch als auch praktisch. Anschließend sind die Studenten in der Lage, die Richtlinien, Schlüssel und Referenzmodelle, die sie über das Schreiben gelernt haben, auf die neuesten Medien und Plattformen, das Internet und die sozialen Netzwerke zu übertragen. Ziel ist es also, Schreibkompetenz zu erwerben und die Vorstellungskraft zu entwickeln, um originelle Ideen für jede Art von Werbung zu entwickeln.

Das Programm umfasst auch die künstlerischere Variante der Werbung. Eines der Hauptmerkmale des Art Directors ist der Ehrgeiz, seine Arbeit ständig zu verbessern und die Grenzen der Kommunikation auszuloten, um den Empfänger seiner Botschaft zu überraschen und zu fesseln. Aus diesem Grund ist es das Ziel dieses Studiengangs, das Interesse der Studenten für die Bereiche Werbegrafik und Art Direction zu wecken, damit sie nie aufhören, sich als visuelle Kommunikatoren zu perfektionieren.

Auf diese Weise wird dieser Universitätskurs zu einem unentbehrlichen Instrument für Fachleute der Branche, die sich auf Kreativität in der Werbung spezialisieren wollen, da er in einem einzigen Lehrplan die wichtigsten Aspekte des Werbetextes und der Werbekunst umfasst. Zweifellos ein wertvolles Programm für Journalisten und Kommunikationsfachleute.

Dieser **Universitätskurs in Kreativität in der Werbung** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Die hervorstechendsten Merkmale sind:

- ♦ Der Einsatz der neuesten Technologie in der Online-Lehrsoftware
- ♦ Intensiv visuelles Lehrsystem, unterstützt durch grafische und schematische Inhalte, die leicht zu erfassen und zu verstehen sind
- ♦ Erarbeitung von Fallstudien, die von erfahrenen Experten präsentiert werden
- ♦ Hochmoderne interaktive Videosysteme
- ♦ Unterstützung des Unterrichts durch Telepraxis
- ♦ Systeme zur ständigen Aktualisierung und Überarbeitung
- ♦ Selbstgesteuertes Lernen, das eine vollständige Kompatibilität mit anderen Tätigkeiten ermöglicht
- ♦ Praktische Übungen zur Selbstbeurteilung und Überprüfung des Gelernten
- ♦ Selbsthilfegruppen und Bildungssynergien: Fragen an den Experten, Diskussions- und Wissensforen
- ♦ Kommunikation mit dem Dozententeam und individuelle Reflexionsarbeit
- ♦ Die Verfügbarkeit des Zugangs zu Inhalten von jedem festen oder tragbaren Gerät mit Internetanschluss
- ♦ Ständig verfügbare Dokumentationsbanken



*Ein erstklassiges Programm
für Fachkräfte, die nach
Spitzenleistungen streben"*

“

Ein Universitätskurs, der Sie befähigt, in allen Bereichen der Öffentlichkeitsarbeit mit der Solvenz einer hochqualifizierten Fachkraft zu arbeiten"

Das Dozententeam dieses Programms setzt sich aus Fachleuten aus verschiedenen Bereichen zusammen, die mit dem Fachgebiet in Verbindung stehen. Auf diese Weise kann TECH das vorgeschlagene Ziel der Bildungsaktualisierung erreichen. Ein multidisziplinäres Team von erfahrenen Fachleuten aus verschiedenen Bereichen, die in der Lage sind, die theoretischen Kenntnisse auf effiziente Weise zu vermitteln, aber vor allem die praktischen Kenntnisse aus ihrer eigenen Erfahrung in den Dienst der Studenten zu stellen.

Diese Beherrschung der Materie wird durch die Effizienz der methodischen Konzeption ergänzt. Es wurde von einem multidisziplinären Team von *E-Learning*-Experten entwickelt und integriert die neuesten Fortschritte in der Bildungstechnologie. So kann der Student mit einer Reihe komfortabler und vielseitiger multimedialer Werkzeuge studieren, die ihm die nötige Handlungsfähigkeit in seinem Studienprozess vermitteln.

Das Konzept dieses Programms konzentriert sich auf problemorientiertes Lernen. Ein Ansatz, der Lernen als einen ausgesprochen praktischen Prozess begreift. Um dies aus der Ferne zu erreichen, wird Telepraxis eingesetzt. Mit Hilfe eines innovativen Systems interaktiver Videos und des *Learning From an Expert* kann sich der Student das Wissen so aneignen, als stünde er vor einem realen Fall. Ein Konzept, das es ihm ermöglicht, das Gelernte realistischer und nachhaltiger zu integrieren und zu festigen.

Dieses Programm umfasst eine Vielzahl praktischer Hilfsmittel, mit denen Sie Ihre theoretischen Kenntnisse vertiefen können.

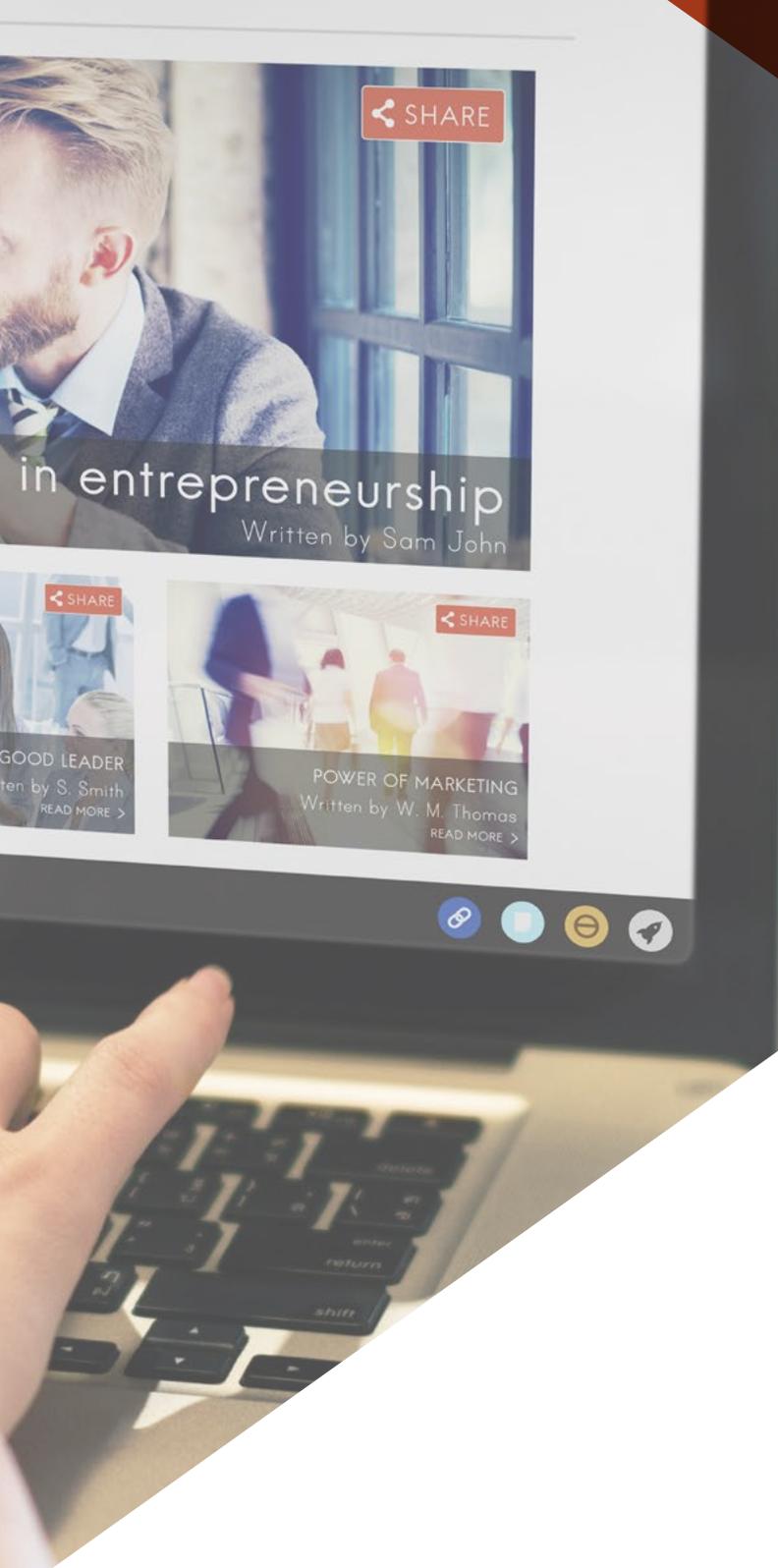
Die didaktische Methodik dieses Universitätskurses ist die innovativste in der aktuellen akademischen Landschaft.



02 Ziele

Die Studenten, die diesen Universitätskurs in Kreativität in der Werbung von TECH absolvieren, werden die umfassendsten Informationen auf dem Markt in diesem Bereich finden, die es ihnen ermöglichen, die notwendige Weiterbildung zu erhalten, um ihre kreativste Seite zu entwickeln und attraktive und innovative Werbekampagnen zu entwerfen. Auf diese Weise werden die Fachkräfte nach Abschluss des Programms besser in der Lage sein, Zugang zu relevanten Positionen zu finden, in denen sie als Referenzexperten fungieren können.





“Entwickeln Sie Ihre kreative Seite und lernen Sie, wie man erfolgreiche Werbekampagnen gestaltet”



Allgemeines Ziel

- Erwerben notwendiger Kenntnisse, um eine angemessene Werbekommunikation unter Verwendung der modernsten digitalen Tools durchzuführen

“

Dieses Programm wird Ihnen zu einer größeren Wettbewerbsfähigkeit auf dem Arbeitsmarkt verhelfen"





Spezifische Ziele

- ◆ Wissen, wie man Informations- und Kommunikationstechnologien und -techniken in den verschiedenen Medien oder kombinierten und interaktiven Mediensystemen einsetzt
- ◆ Kennen der Elemente, Formen und Verfahren von Werbesprachen und anderen Formen der überzeugenden Kommunikation
- ◆ Erkennen der wichtigen und geeigneten Instrumente für das Studium der Werbung und Öffentlichkeitsarbeit
- ◆ Wissen, wie man die Elemente analysiert, aus denen sich die Werbebotschaft zusammensetzt: grafische Elemente, audiovisuelle Elemente, musikalische und akustische Elemente
- ◆ Übernehmen einer kreativen Rolle als Werbetexter in einer Werbeagentur oder einer Werbeabteilung eines Unternehmens oder einer Institution
- ◆ Fähig sein, eine berufliche Funktion als Werbetexter in einer Werbeagentur oder in einer Werbeabteilung eines Unternehmens oder einer Institution auszuüben
- ◆ Verstehen der Natur und des kommunikativen Potenzials von Bildern und Grafikdesign
- ◆ Kennenlernen des kreativen Werbeprozesses
- ◆ Erstellen von Werbematerialien nach den Vorgaben der verschiedenen Werbe- und Public-Relations-Gattungen in angemessener Zeit
- ◆ In der Lage sein, die berufliche Rolle eines Art Directors in einer Werbeagentur oder in der Werbeabteilung eines Unternehmens oder einer Institution auszuüben
- ◆ Teilnehmen an der Ausarbeitung von audiovisueller Werbung
- ◆ Fördern von Kreativität und Überzeugungskraft durch verschiedene Hilfsmittel und Medien

03

Struktur und Inhalt

Der Inhalt dieses Universitätskurses für Werbekreativität ist so strukturiert, dass er Journalisten das Lernen im Bereich der Werbung erleichtert und ihnen die notwendigen Werkzeuge zur Entwicklung ihrer Kreativität an die Hand gibt. Das Programm ist in zwei Module unterteilt, die die grundlegenden Aspekte der Werbekreativität sowohl aus redaktioneller als auch aus künstlerischer Sicht abdecken, und ist so konzipiert, dass die Studenten ihr Studium leicht selbst verwalten können.

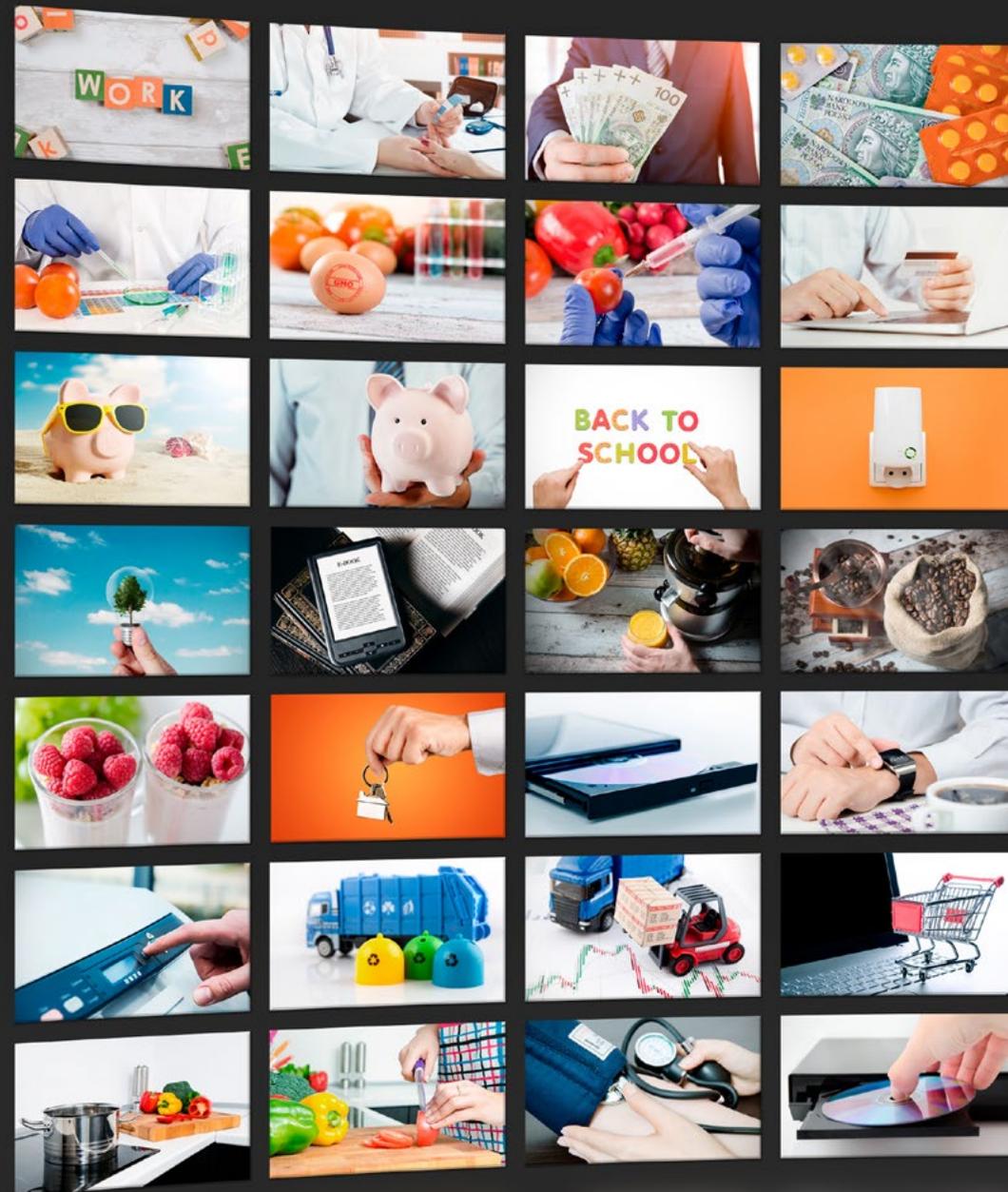


“

Ein sehr komplettes Fortbildungsprogramm, welches in hervorragend ausgearbeitete didaktische Einheiten gegliedert ist, ausgerichtet auf ein Studium, das mit dem persönlichen und beruflichen Leben kompatibel ist"

Modul 1. Kreativität in der Werbung I: Copywriting

- 1.1. Konzept des Entwurfs
 - 1.1.1. Entwerfen und Schreiben
 - 1.1.2. Schreiben und Denken
 - 1.1.3. Schreiben und Ordnung
- 1.2. Grundlagen von Werbetexten
 - 1.2.1. Die Korrektur
 - 1.2.2. Anpassung
 - 1.2.3. Effektivität
- 1.3. Eigenschaften von Werbetexten
 - 1.3.1. Nominalisierung
 - 1.3.2. Umstrukturierung
 - 1.3.3. Ausdrucksstarke Konzentration
- 1.4. Text und Bild
 - 1.4.1. Vom Text zum Bild
 - 1.4.2. Textfunktionen
 - 1.4.3. Bildfunktionen
 - 1.4.4. Zusammenhang zwischen Text und Bild
- 1.5. Die Marke und der Slogan
 - 1.5.1. Die Marke
 - 1.5.2. Merkmale der Marke
 - 1.5.3. Der Slogan
- 1.6. Direktwerbung
 - 1.6.1. Die Broschüre
 - 1.6.2. Der Katalog
 - 1.6.3. Sonstige Anhänge
- 1.7. Pressewerbung: die großformatige Anzeige
 - 1.7.1. Zeitungen und Zeitschriften
 - 1.7.2. Superstruktur
 - 1.7.3. Formale Merkmale
 - 1.7.4. Redaktionelle Merkmale





1.8. Pressewerbung: andere Formate

- 1.8.1. Wortanzeigen
- 1.8.2. Superstruktur
- 1.8.3. Das Lockmittel
- 1.8.4. Superstruktur

1.9. Außenwerbung

- 1.9.1. Formate
- 1.9.2. Formale Merkmale
- 1.9.3. Redaktionelle Merkmale

1.10. Radiowerbung

- 1.10.1. Die Radiofachsprache
- 1.10.2. Der Radiospot
- 1.10.3. Superstruktur
- 1.10.4. Arten von Spots
- 1.10.5. Formale Merkmale

1.11. Audiovisuelle Werbung

- 1.11.1. Das Bild
- 1.11.2. Der Text
- 1.11.3. Musik und Soundeffekte
- 1.11.4. Werbeformate
- 1.11.5. Das Skript
- 1.11.6. Das *Storyboard*

Modul 2. Corporate Identity

- 2.1. Die Bedeutung des Images in der Wirtschaft
 - 2.1.1. Was ist *Corporate Identity*?
 - 2.1.2. Unterschiede zwischen *Corporate Identity* und *Corporate Image*
 - 2.1.3. Wo kann das Unternehmensimage zum Ausdruck gebracht werden?
 - 2.1.4. Situationen, wo sich das Image eines Unternehmens ändert. Warum sollte man ein gutes *Corporate Image* besitzen?
- 2.2. Forschungstechniken im Bereich *Corporate Image*
 - 2.2.1. Einführung
 - 2.2.2. Die Studie über das Image des Unternehmens
 - 2.2.3. Techniken der Unternehmensimageforschung
 - 2.2.4. Qualitative Image-Studienverfahren
 - 2.2.5. Arten von quantitativen Techniken
- 2.3. Image-Audit und Strategie
 - 2.3.1. Was ist Image Auditing?
 - 2.3.2. Leitlinien
 - 2.3.3. Audit-Methodologie
 - 2.3.4. Strategische Planung
- 2.4. Unternehmenskultur
 - 2.4.1. Was ist Unternehmenskultur?
 - 2.4.2. Faktoren, die die Unternehmenskultur beeinflussen
 - 2.4.3. Funktionen der Unternehmenskultur
 - 2.4.4. Arten der Unternehmenskultur
- 2.5. Soziale Verantwortung der Unternehmen und Unternehmensreputation
 - 2.5.1. CSR: Konzept und Anwendung der Unternehmen
 - 2.5.2. Leitlinien für die Integration von CSR in Unternehmen
 - 2.5.3. Kommunikation der CSR
 - 2.5.4. Ruf des Unternehmens
- 2.6. Visuelle Unternehmensidentität und *Naming*
 - 2.6.1. Strategien zur visuellen Identität von Unternehmen
 - 2.6.2. Grundlegende Elemente
 - 2.6.3. Grundlegende Prinzipien
 - 2.6.4. Entwicklung eines Handbuchs
 - 2.6.5. *Naming*





- 2.7. Markenimage und Positionierung
 - 2.7.1. Die Ursprünge der Marken
 - 2.7.2. Was ist eine Marke?
 - 2.7.3. Die Notwendigkeit, eine Marke aufzubauen
 - 2.7.4. Markenimage und Positionierung
 - 2.7.5. Der Wert der Marken
- 2.8. Imagepflege durch Krisenkommunikation
 - 2.8.1. Strategischer Kommunikationsplan
 - 2.8.2. Wenn alles schief geht: Krisenkommunikation
 - 2.8.3. Fälle
- 2.9. Der Einfluss von Werbemaßnahmen auf das Unternehmensimage
 - 2.9.1. Die neue Landschaft der Werbeindustrie
 - 2.9.2. Marketing für Werbezwecke
 - 2.9.3. Eigenschaften
 - 2.9.4. Gefahren
 - 2.9.5. Werbetypen und -techniken
- 2.10. Layout und Image der Verkaufsstelle
 - 2.10.1. Die wichtigsten Akteure im gewerblichen Vertrieb
 - 2.10.2. Das Image der kommerziellen Vertriebsunternehmen durch die Positionierung
 - 2.10.3. Durch den Namen und das Logo

“*Eine einzigartige, wichtige und entscheidende Fortbildungserfahrung, die Ihre berufliche Entwicklung fördert*”

04

Methodik

Dieses Fortbildungsprogramm bietet eine andere Art des Lernens. Unsere Methodik wird durch eine zyklische Lernmethode entwickelt: **das Relearning**.

Dieses Lehrsystem wird z. B. an den renommiertesten medizinischen Fakultäten der Welt angewandt und wird von wichtigen Publikationen wie dem **New England Journal of Medicine** als eines der effektivsten angesehen.



“

Entdecken Sie Relearning, ein System, das das herkömmliche lineare Lernen hinter sich lässt und Sie durch zyklische Lehrsysteme führt: eine Art des Lernens, die sich als äußerst effektiv erwiesen hat, insbesondere in Fächern, die Auswendiglernen erfordern"

Fallstudie zur Kontextualisierung aller Inhalte

Unser Programm bietet eine revolutionäre Methode zur Entwicklung von Fähigkeiten und Kenntnissen. Unser Ziel ist es, Kompetenzen in einem sich wandelnden, wettbewerbsorientierten und sehr anspruchsvollen Umfeld zu stärken.

“

Mit TECH werden Sie eine Art des Lernens erleben, die an den Grundlagen der traditionellen Universitäten auf der ganzen Welt rüttelt"



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



Der Student wird durch gemeinschaftliche Aktivitäten und reale Fälle lernen, wie man komplexe Situationen in realen Geschäftsumgebungen löst.

Eine innovative und andersartige Lernmethode

Dieses TECH-Programm ist ein von Grund auf neu entwickeltes, intensives Lehrprogramm, das die anspruchsvollsten Herausforderungen und Entscheidungen in diesem Bereich sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene vorsieht. Dank dieser Methodik wird das persönliche und berufliche Wachstum gefördert und ein entscheidender Schritt in Richtung Erfolg gemacht. Die Fallmethode, die Technik, die diesem Inhalt zugrunde liegt, gewährleistet, dass die aktuellste wirtschaftliche, soziale und berufliche Realität berücksichtigt wird.

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

Die Fallmethode ist das am weitesten verbreitete Lernsystem an den besten Business Schools der Welt, seit es sie gibt. Die Fallmethode wurde 1912 entwickelt, damit Jurastudenten das Recht nicht nur auf der Grundlage theoretischer Inhalte erlernen. Sie bestand darin, ihnen reale komplexe Situationen zu präsentieren, damit sie fundierte Entscheidungen treffen und Werturteile darüber fällen konnten, wie diese zu lösen sind. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard etabliert.

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

Relearning Methodology

TECH kombiniert die Methodik der Fallstudien effektiv mit einem 100%igen Online-Lernsystem, das auf Wiederholung basiert und in jeder Lektion 8 verschiedene didaktische Elemente kombiniert.

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

Im Jahr 2019 erzielten wir die besten Lernergebnisse aller spanischsprachigen Online-Universitäten der Welt.

Bei TECH lernen Sie mit einer hochmodernen Methodik, die darauf ausgerichtet ist, die Führungskräfte der Zukunft zu spezialisieren. Diese Methode, die an der Spitze der weltweiten Pädagogik steht, wird Relearning genannt.

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



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

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

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

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



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



Studienmaterial

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

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



Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt.

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



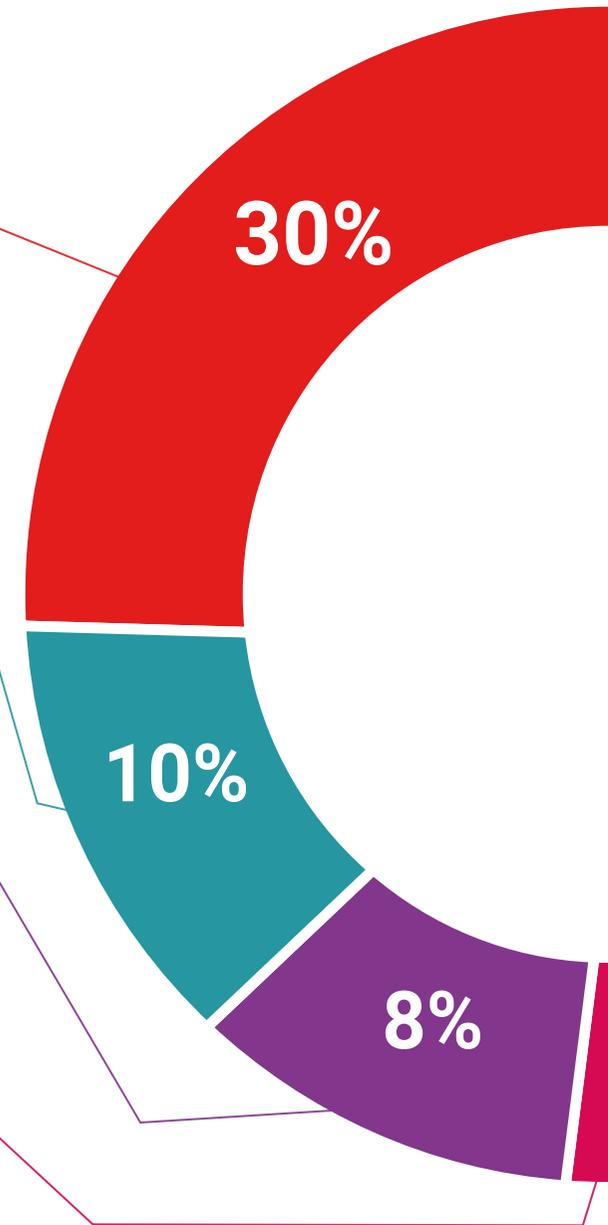
Übungen für Fertigkeiten und Kompetenzen

Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Kompetenzen und Fertigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Übungen und Aktivitäten zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein Spezialist im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



Weitere Lektüren

Aktuelle Artikel, Konsensdokumente und internationale Leitfäden, u. a. In der virtuellen Bibliothek von TECH hat der Student Zugang zu allem, was er für seine Fortbildung benötigt.





Case Studies

Sie werden eine Auswahl der besten Fallstudien vervollständigen, die speziell für diese Qualifizierung ausgewählt wurden. Die Fälle werden von den besten Spezialisten der internationalen Szene präsentiert, analysiert und betreut.



Interaktive Zusammenfassungen

Das TECH-Team präsentiert die Inhalte auf attraktive und dynamische Weise in multimedialen Pillen, die Audios, Videos, Bilder, Diagramme und konzeptionelle Karten enthalten, um das Wissen zu vertiefen.

Dieses einzigartige Bildungssystem für die Präsentation multimedialer Inhalte wurde von Microsoft als "Europäische Erfolgsgeschichte" ausgezeichnet.



Testing & Retesting

Die Kenntnisse des Studenten werden während des gesamten Programms regelmäßig durch Bewertungs- und Selbsteinschätzungsaktivitäten und -übungen beurteilt und neu bewertet, so dass der Student überprüfen kann, wie er seine Ziele erreicht.



05

Qualifizierung

Der Universitätskurs in Kreativität in der Werbung 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 **Universitätskurs in Kreativität in der Werbung** 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 Technologische 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: **Universitätskurs in Kreativität in der Werbung**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **300 Std.**



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

zukunft

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

tech technologische
universität

Universitätskurs

Kreativität in der Werbung

- » Modalität: online
- » Dauer: 2 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Universitätskurs

Kreativität in der Werbung

