

Universitätskurs

Generierung von Werbeideen





Universitätskurs

Generierung von Werbeideen

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

Internetzugang: www.techtitude.com/de/journalismus-kommunikation/universitatskurs/generierung-werbeideen

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Kursleitung

Seite 12

04

Struktur und Inhalt

Seite 16

05

Methodik

Seite 20

06

Qualifizierung

Seite 28

01

Präsentation

In einer von Konsum und Angebotsvielfalt geprägten Welt stehen Unternehmen vor der Herausforderung, Botschaften umzusetzen, die das Interesse der Nutzer wecken und dazu dienen, sich von der Konkurrenz abzuheben. Kreativität spielt daher eine entscheidende Rolle für erfolgreiche Werbekampagnen. Um dies zu erreichen, benötigen die Unternehmen Experten, die eine disruptive Vision bieten und attraktive Produkte schaffen. Aus diesem Grund hat TECH ein Programm für Studenten entwickelt, um Kompetenzen in diesem Bereich der Kommunikation und des Marketings zu entwickeln. Der Studiengang behandelt Themen und Instrumente, die für die Verbesserung der Beziehungen zwischen Marken und Käufern unerlässlich sind. Darüber hinaus bietet der 100%ige Online-Anteil den Studenten die einzigartige Möglichkeit, ihr Studium individuell zu gestalten.





“

Dank dieses 100%igen Universitätskurses werden Sie mit innovativen Werkzeugen für die Entwicklung attraktiver Ideen und erfolgreicher Werbekampagnen ausgestattet"

Heutzutage haben die Fortschritte der neuen Technologien und die Nutzung des Internets zu einem Überangebot an Produkten geführt. Dies hat dazu geführt, dass Unternehmen innovative Kampagnen entwickeln müssen, die das Publikum ansprechen und sich an neue Konsum- und Interaktionsszenarien wie soziale Netzwerke oder das Metaversum anpassen. Die Herausforderung besteht darin, Botschaften effektiv zu vermitteln und dabei die Emotionen der Verbraucher anzusprechen. Um dies zu erreichen, benötigen Werbefachleute eine Reihe von Werkzeugen, um kreative Ideen zu entwickeln, die das Publikum ansprechen.

Vor diesem Hintergrund hat TECH einen Universitätskurs entwickelt, der eine breite Perspektive auf die Generierung von Werbeideen bietet. Dazu analysiert das Programm verschiedene Strategien für Studenten, um kreatives Denken zu fördern und geeignete Botschaften für die Produktwerbung zu entwickeln. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf dem Einsatz der wichtigsten Kreativsoftware zur Strukturierung und Messung von Werbekampagnen. Die Bedeutung rhetorischer Figuren in der kommerziellen Kommunikation wird ebenfalls behandelt. Außerdem wird die Dynamik der sechs Denkhüte untersucht, um die Problemlösung zu optimieren.

Das Studium ist zu 100% online, so dass Werbefachleute das Programm problemlos absolvieren können. Sie benötigen lediglich einen Computer mit Internetzugang, um Ihre Kenntnisse in einem Sektor zu vertiefen, der zahlreiche Beschäftigungsmöglichkeiten bietet. Darüber hinaus basiert der Studiengang auf der innovativen *Relearning*-Methode: ein auf Wiederholung basierendes Lehrsystem, das den Wissenserwerb auf natürliche Weise und Schritt für Schritt ermöglicht, ohne dass man sich die Mühe machen muss, alles auswendig zu lernen.

Dieser **Universitätskurs in Generierung von Werbeideen** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Seine herausragendsten Merkmale sind:

- Die Entwicklung praktischer Fälle, die von Experten in Generierung von Werbeideen vorgestellt werden
- Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt vermittelt alle für die berufliche Praxis unverzichtbaren Informationen
- Die praktischen Übungen, bei denen der Selbstbewertungsprozess zur Verbesserung des Lernens durchgeführt werden kann
- Sein besonderer Schwerpunkt liegt auf innovativen Methoden
- Theoretische Vorträge, Fragen an den Experten, Diskussionsforen zu kontroversen Themen und individuelle Reflexionsarbeit
- Die Verfügbarkeit des Zugangs zu Inhalten von jedem festen oder tragbaren Gerät mit Internetanschluss



Mit TECH beherrschen Sie die wichtigsten Kreativprogramme zur Erstellung und Messung von Werbekampagnen“

“

Sie lernen neue Ansätze kennen, die es Ihnen ermöglichen, in nur 6 Wochen die besten Werbebotschaften zu entwickeln“

Zu den Dozenten des Programms gehören Experten aus der Branche, die ihre Erfahrungen in diese Fortbildung einbringen, sowie anerkannte Spezialisten aus führenden Unternehmen und angesehenen Universitäten.

Die multimedialen Inhalte, die mit der neuesten Bildungstechnologie entwickelt wurden, werden der Fachkraft ein situiertes und kontextbezogenes Lernen ermöglichen, d. h. eine simulierte Umgebung, die eine immersive Fortbildung bietet, die auf die Ausführung von realen Situationen ausgerichtet ist.

Das Konzept dieses Programms konzentriert sich auf problemorientiertes Lernen, bei dem die Fachkraft versuchen muss, die verschiedenen Situationen aus der beruflichen Praxis zu lösen, die während des gesamten Studiengangs gestellt werden. Zu diesem Zweck wird sie von einem innovativen interaktiven Videosystem unterstützt, das von renommierten Experten entwickelt wurde.

Sie erwerben die erforderlichen Kompetenzen mit der Unterstützung international anerkannter Dozenten.

Dank dieses Abschlusses werden Sie in der Lage sein, effizient im Bereich des Copywriting zu arbeiten.



02 Ziele

Ziel des Studiengangs ist es, den Studenten und Studentinnen einen umfassenden Überblick über die aktuelle Werbekreativität zu vermitteln. In diesem Sinne fördert der Studiengang die Entwicklung origineller Ideen, und zwar kontinuierlich durch theoretische und praktische Mittel. Darüber hinaus zeichnet sich der Studiengang dadurch aus, dass er sowohl das Handwerkszeug als auch die fortschrittlichsten Techniken vereint, um innovatives Denken zu fördern. Die Studenten werden in der Lage sein, hervorragende Werbebotschaften und -projekte zu entwickeln.





“

Sie werden mit den Aufgaben eines Texters oder Werbetexters vertraut gemacht, indem sie das breite Themenspektrum dieses Studiengangs kennen lernen“



Allgemeine Ziele

- ♦ Aufzeigen der Vision von Kreativität als Mittel der Zusammenarbeit bei der Entwicklung von Kommunikation
- ♦ Aneignen der theoretischen/praktischen Kenntnisse, die es ermöglichen, die kreativen Funktionen aus jeder Perspektive auszuführen
- ♦ Verwenden von Tools zur Unterstützung der Kreativität
- ♦ Entwickeln von Aktionen und Initiativen zur Verbesserung der kreativen Ergebnisse in Zusammenarbeit mit den anderen an der Konzeption beteiligten Akteuren
- ♦ Vertieftes Verstehen der Beziehungen zwischen den Kreativen und den übrigen Akteuren, die an der Entwicklung der kommerziellen Kommunikation beteiligt sind
- ♦ Entwickeln von Fähigkeiten in der kreativen Kommunikation, um die Beziehung zwischen der Marke und dem Verbraucher zu verbessern





Spezifische Ziele

- Stimulieren der Generierung von innovativen Ideen
- Herausstellen des Wertes des kreativen Umfelds
- Erklären der Tätigkeit des kreativen Denkens
- Detailliertes Beschreiben der Funktionsweise von Software für kreatives Denken in der Werbung
- Fördern der Kreativität im Team
- Sich inspirieren lassen von dem kreativen Vermächtnis anderer
- Erforschen der Kreativität in verschiedenen Bereichen



In diesem sehr umfassenden Studiengang werden Sie sich mit visueller Rhetorik und Bildmanipulation im kreativen Kontext auseinandersetzen“

03

Kursleitung

Mit dem Ziel, eine auf Qualität und Exzellenz basierende Weiterbildung anzubieten, verfügt die TECH über ein international renommiertes Dozententeam. Diese Fachleute zeichnen sich durch eine lange berufliche Laufbahn aus, in der sie ihr kreatives Profil in renommierten Kommunikations- und Werbeunternehmen eingebracht haben. Dank dieser Erfahrung haben sie Materialien entwickelt, die es den Studenten ermöglichen, auf dem Gebiet der originellen Werbung führend zu sein. Darüber hinaus bieten die von den Dozenten für den Studiengang entwickelten Ressourcen ein breites Spektrum an Techniken, die das kreative Denken der Teilnehmer fördern.





“

*Die Dozenten des Studiengangs
genießen in der Werbebranche
hohes Ansehen“*

Leitung



Hr. Labarta Vélez, Fernando

- ♦ Kreativdirektor bei El Factor H
- ♦ Marketingdirektor bei La Ibense
- ♦ Kreativdirektor für Veranstaltungen bei Beon Worldwide
- ♦ Direktor für Branded Content bei Atrium Digital und Mettre Kreativdirektor bei Grupo de Comunicación del Sur, BSB und FCA BMZ Cid
- ♦ Dozent im Masterstudiengang in Management von Unternehmens- und Institutionelle Kommunikation an der Universität Sevilla
- ♦ Mitverfasser des Buches *Wie man eine Marke schafft, Handbuch für Nutzung und Management*



04

Struktur und Inhalt

Dieser Lehrplan behandelt disruptive Themen, die dem Kommunikator und Publizisten eine umfassende Beherrschung der für die Entwicklung origineller Werbeideen erforderlichen Werkzeuge garantieren. Das Programm umfasst beispielsweise innovative Themen wie Kreationstypen und -profile. Er behandelt auch die Profile und Funktionen, die von allen Akteuren innerhalb einer spezialisierten Agentur, einschließlich Textern und Designern, übernommen werden müssen. Um die Beherrschung dieser Inhalte zu verbessern, setzt TECH gleichzeitig auf das umfassende und exklusive *Relearning*.



“

In diesem Programm lernen Sie die wichtigsten Arten von Kreativen und die Profile kennen, die für ihre Entwicklung verantwortlich sind“

Modul 1. Generierung von Werbeideen

- 1.1. Was es braucht, um auf eine Idee zu kommen
 - 1.1.1. Stellen Sie das Problem dar
 - 1.1.2. Innehalten, um nachzudenken, der erste Schritt, um sich zu differenzieren
 - 1.1.3. Denken Sie nach, überlegen Sie, denken Sie noch einmal... und so weiter, mehrere Tage lang
 - 1.1.4. Sich überzeugen, dass man es schaffen kann
 - 1.1.5. Eine kreative Umgebung stimuliert die Kreativität
 - 1.1.6. Wie Ihre Kreativität ansteckend ist
 - 1.1.7. Raus aus dem Büro, leben, genießen
 - 1.1.8. Das kreative Briefing
 - 1.1.9. Kreative Nachfrage
 - 1.1.10. Brüche mit dem Status Quo
 - 1.1.11. Das Schlüsselwort: Partnerschaft
- 1.2. Kreatives Denken
 - 1.2.1. Menschen, die Theorien über kreatives Denken aufgestellt haben
 - 1.2.2. Zentrale Aspekte zur Förderung des kreativen Denkens nach de Bono
 - 1.2.3. Schlussfolgerungen
- 1.3. Der kreative Prozess
 - 1.3.1. Das kreative Konzept
 - 1.3.2. Die kreative Strategie entsprechend dem Produktlebenszyklus
 - 1.3.3. Strategie für Produkteinführungen
- 1.4. Die Software der Werbekreativen
 - 1.4.1. Aktionen des kreativen Werbedenkens
 - 1.4.2. Phasen
 - 1.4.3. Möglichkeiten der Nutzung
 - 1.4.4. Sicherheitsvorschriften
 - 1.4.5. Gedanklicher Prozess
- 1.5. Das kreative Team
 - 1.5.1. Der Copywriter oder Werbetexter
 - 1.5.2. Der Designer und der Art Director
 - 1.5.3. Der Kreativdirektor
 - 1.5.4. Der Kreative
 - 1.5.6. Sechs denkende Hüte





- 1.6. Rhetorisches Denken
 - 1.6.1. Die am häufigsten verwendeten rhetorischen Figuren
 - 1.6.2. Bedeutung der rhetorischen Figuren in der Marketingkommunikation
 - 1.6.3. Beispiele für rhetorische Werbung
- 1.7. Gestalten mit Kreativität
 - 1.7.1. Bildmanipulation
 - 1.7.2. Produktion
 - 1.7.3. Visuelle Rhetorik
 - 1.7.4. Typografie in der Werbung
- 1.8. Empfehlungen für die Gestaltung
 - 1.8.1. Aussagekräftige Texte
 - 1.8.2. Phrasen der großen Werbekreativen
 - 1.8.3. Empfehlungen von berühmten Designern
- 1.9. Arten von Kreativität
 - 1.9.1. Künstlerisch
 - 1.9.2. Wissenschaftlich
 - 1.9.3. Technologisch
 - 1.9.4. Unternehmerisch
 - 1.9.6. Werbung
 - 1.9.7. Designer
- 1.10. Kreative Profile
 - 1.10.1. Visionäre
 - 1.10.2. Experimentelle
 - 1.10.3. Beobachterische
 - 1.10.4. Verbindende
 - 1.10.5. Analytische
 - 1.10.6. Kollaborateurische
 - 1.10.7. Erzählerische

05

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.



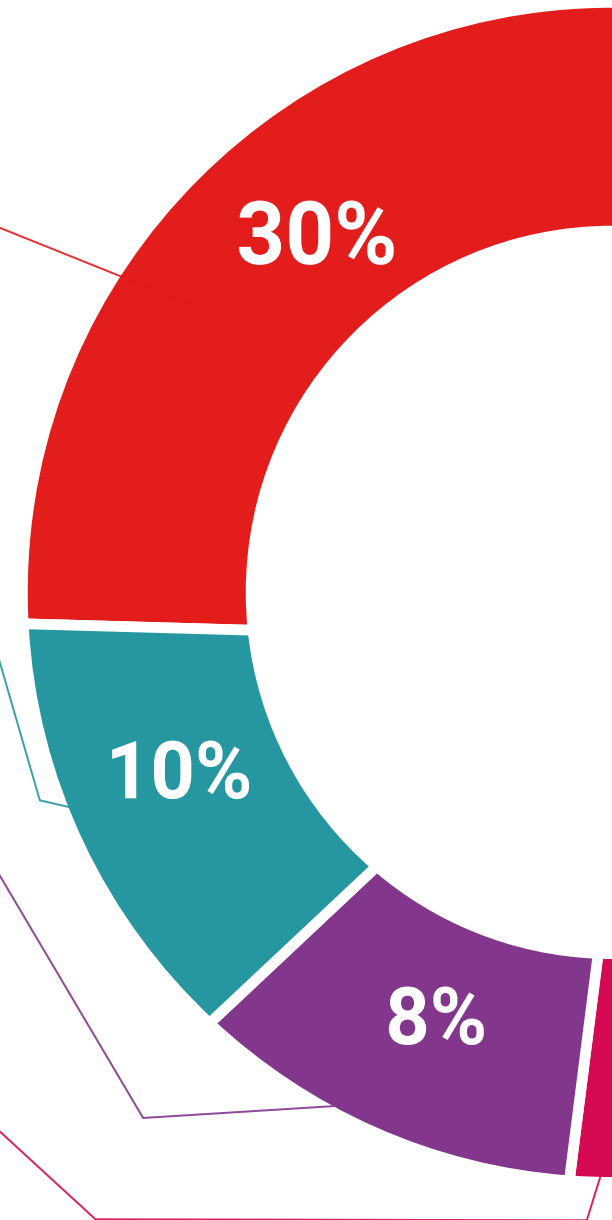
Übungen für Fertigkeiten und Kompetenzen

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.



06

Qualifizierung

Der Universitätskurs in Generierung von Werbeideen garantiert neben der präzise-
sten und aktuellsten Fortbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologi-
schen Universität ausgestellten Diplom.



“

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

Dieser **Universitätskurs in Generierung von Werbeideen** 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 Generierung von Werbeideen**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **150 Std.**



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

zukunft

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

tech technologische
universität

Universitätskurs

Generierung von Werbeideen

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

Universitätskurs

Generierung von Werbeideen