

Universitätsexperte

Kreative Entwicklung von Werbekampagnen





Universitätsexperte Kreative Entwicklung von Werbekampagnen

- » Modalität: online
- » Dauer: **6 Monate**
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online
- » Gerichtet an: Hochschulabsolventen, die zuvor einen der Studiengänge in den Bereichen Sozial- oder Rechtswissenschaften, Verwaltung oder Business Administration abgeschlossen haben

Internetzugang: www.techtitute.com/de/wirtschaftsschule/spezialisierung/spezialisierung-kreative-entwicklung-werbekampagnen

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 20

06

Methodik

Seite 28

07

Profil unserer Studenten

Seite 36

08

Kursleitung

Seite 40

09

Auswirkung auf Ihre Karriere

Seite 44

10

Vorteile für Ihr Unternehmen

Seite 48

11

Qualifizierung

Seite 52

01

Willkommen

Unternehmen bauen ihre Werbekampagnen auf verschiedenen Kommunikationsstrategien auf, um die Marke und ihre Produkte zu verbreiten. All dies mit dem Ziel, sich in einem hart umkämpften Feld bekannt zu machen, potenzielle Verbraucher zu erreichen und den Umsatz zu steigern. Heutzutage ist dies ein sehr aktiver Bereich, daher muss der Geschäftsmann bei allen innovativen Kommunikationsstrategien an vorderster Front stehen und gleichzeitig die neuen Erkenntnisse über die Schlüsselkonzepte des Markenaufbaus kennen. All dies mit einem 100%igen Online-Unterrichtsformat, das Flexibilität und Bequemlichkeit bietet, zusätzlich zu einem erfahrenen Team von Dozenten, die über jahrzehntelange Erfahrung in diesem Sektor verfügen.



Universitätsexperte in kreative Entwicklung von Werbekampagnen
TECH Technologische Universität



“

Dank dieses Universitätsexperten werden Sie an der Spitze der neuesten Innovationen im Bereich der kreativen Entwicklung von Werbekampagnen stehen"

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

Dieser Hochschulabschluss vermittelt dem Studenten die wichtigsten Neuerungen im *Content Marketing* als wesentlicher Bestandteil der neuen Kommunikation im Bereich der kreativen Entwicklung von Werbekampagnen. TECH wird den Studenten auch innovative Werkzeuge für die Multimedia-Kreativität und Fähigkeiten im Zusammenhang mit der Werbekreativität vermitteln. Am Ende dieses Universitätsexperten werden die Studenten ihre Kompetenzen in Bezug auf die Bedeutung von *Branded Content* und dessen Beziehung zum *Content Marketing* gestärkt haben.



“

Dieses Programm wurde mit dem Ziel entwickelt, die Studenten mit den besten Updates im Bereich der kreativen Entwicklung zu versorgen"

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

Der **Universitätsexperte in Kreative Entwicklung von Werbekampagnen** wird den Studenten zu Folgendem befähigen:

01

Vertieftes Verstehen, was Kreativität ist, wie sie sich mit dem Vormarsch der neuen Technologien entwickelt hat und wie sie verschiedene Berufsbereiche beeinflusst

04

Detailliertes Beschreiben der Funktionsweise von Software für kreatives Denken in der Werbung

02

Untersuchen der besten Bedingungen, um Kreativität zu stimulieren

03

Stimulieren der Generierung von innovativen Ideen

05

Erklären, wie kreatives Denken in der Werbung funktioniert und welche strategische Bedeutung es hat



06

Detailliertes Analysieren des Zielpublikums und der Verwendung von *Insight* in der Werbung

08

Behandeln von zentralen Konzepten für den Markenaufbau



09

Kennen der logischen Schritte beim Aufbau einer Marke

07

Verstehen, wie eine Werbebotschaft aufgebaut ist

10

Erkennen der Unterschiede zwischen einem *Claim* und einem Slogan

11

Erklären, was *Branded Content* ist und welche Ähnlichkeiten er mit traditioneller Werbung hat

12

Untersuchen, wie digitale Technologien die Erstellung von Inhalten und Werbestrategien in der Online-Umgebung revolutioniert haben





13

Erwerben einer umfassenden Vorstellung davon, wie sich die Kreativität an die einzelnen sozialen Netzwerke anpasst

14

Lernen, wie man politische Kampagnen plant

05

Struktur und Inhalt

Der Universitätsexperte in Kreative Entwicklung von Werbekampagnen ist ein akademisches Programm, das sich auf spezifische Kompetenzen im Zusammenhang mit den Herausforderungen konzentriert, denen sich Kreativprofis bei der Entwicklung innovativer Strategien gegenübersehen. Daher stützt sich dieser Hochschulabschluss auf eine theoretische und praktische Säule sowie auf die Erfahrung und das umfangreiche Wissen eines hochqualifizierten Dozententeams.



“

Dieses Programm zielt darauf ab, Ihr Wissen über Storytelling und dessen Verbreitung auf verschiedenen Plattformen und in sozialen Netzwerken zu verbessern"

Lehrplan

Dieser Universitätsexperte umfasst 6 Monate Online-Unterricht, in denen TECH durch eine erstklassige Fortbildung den Studenten an die Spitze seiner beruflichen Laufbahn bringt, um wichtige Positionen im Wirtschaftsbereich zu erreichen. Auf diese Weise wird er sich den verschiedenen Herausforderungen stellen, die mit der Werbung in Arbeitsumgebungen verbunden sind. Somit bietet dieser Hochschulabschluss eine Vielzahl von Fähigkeiten im Zusammenhang mit den beruflichen Kompetenzen, die für den Erfolg im Bereich der kreativen Werbung erforderlich sind.

Die Lehrkräfte haben einen vollständigen Lehrplan entwickelt, der drei Module umfasst, um die Kenntnisse der Studenten über die Arten von *Branded Content*, die erfolgreich sein können, und die Herausforderungen des sich verändernden und wettbewerbsorientierten Umfelds zu verbessern.

In diesem Sinne werden sich die Absolventen dieses Universitätsexperten mit den Anforderungen an die Erstellung von *Branded Content* auseinandersetzen und die Rolle der Kreativität in der Werbung verstehen. So werden sie die besten Spezialisten für kreative Werbetrends und die Interaktivität einer Werbung und eines Events.

Auf der anderen Seite setzt TECH auf Exzellenz und Komfort, indem sie die innovativsten und exklusivsten Materialien zur Verfügung stellt, denn für dieses Studium benötigen sie nur ein elektronisches Gerät mit Internetzugang. Auf diese Weise können sie bequem von jedem Ort aus auf die virtuelle Plattform zugreifen und ihre Lektionen ohne zeitliche Einschränkungen abrufen.

Dieser Universitätsexperte erstreckt sich über 6 Monate und ist in 3 Module unterteilt.

Modul 1

Kreativität in der Werbung

Modul 2

Branded Content

Modul 3

Kompetenzen eines Werbekreativen



Wo, wann und wie wird unterrichtet?

TECH bietet die Möglichkeit, diesen Universitätsexperten in Kreative Entwicklung von Werbekampagnen 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. Kreativität in der Werbung

1.1. Was ist Kreativität

- 1.1.1. Definitionen
- 1.1.2. Ständig wechselnde kreative Modelle. Aufkommen neuer Technologien, der Bedarf an größerer Effizienz
- 1.1.3. Herausforderungen für Kreative bei der Entwicklung innovativer Strategien. Die Vorteile der Zusammenarbeit
- 1.1.4. Berufe, in denen Kreativität gefragt ist
- 1.1.5. Menschen, die sich durch ihre außergewöhnliche Kreativität auszeichnen

1.2. Die besten Voraussetzungen für Kreativität. Die Generierung von Ideen

- 1.2.1. Phasen der Kreativität
- 1.2.2. Fokussierung auf das Problem
- 1.2.3. Entspannen, genießen
- 1.2.4. Fehler machen
- 1.2.5. Spiel und Techniken zur Förderung des Spiels

1.3. Der Kreative

- 1.3.1. Anforderungen an den Kreativen
- 1.3.2. Stabilität
- 1.3.3. Das Kryptonit des Kreativen
- 1.3.4. Sich in das Projekt verlieben
- 1.3.5. Gut oder schlecht kreativ?
- 1.3.6. Das Gedächtnis des Kreativen

1.4. Herausforderungen für Kreative bei der Entwicklung innovativer Strategien

- 1.4.1. Beziehungen zu Kunden: Unternehmen, Menschen, Organisationen, Territorien
- 1.4.2. Beziehungen zu anderen Stakeholdern: Lieferanten (Fotografen, Planer, Rundfunkanstalten, Designer...), Kollegen, Agenturmanager, künstliche Intelligenz.
- 1.4.3. Beziehungen zu den Verbrauchern
- 1.4.4. Die Bedeutung der Teambildung

1.5. Der Kontext eines kreativen Projekts

- 1.5.1. Markteinführung eines innovativen Produkts
- 1.5.2. Strategie für den Umgang mit Kreativität
- 1.5.3. Komplexe Produkte oder Dienstleistungen
- 1.5.4. Personalisierte Kommunikation

1.6. Arten von Werbung. Kreativ und nicht kreativ

- 1.6.1. Innovativ, generisch, Nachahmungen...
- 1.6.2. Unterschiede zwischen originellen Anzeigen
- 1.6.3. Wege, um mit Kreativität Kunden zu gewinnen

1.7. Künstlerische Kreativität in der Kommunikation

- 1.7.1. 21 Gründe, kreativ zu sein
- 1.7.2. Was wir als Kunst in der Kommunikation bezeichnen
- 1.7.3. Künstlerische Referenzen der Werbekreativität

1.8. Neue kreative Herausforderungen

- 1.8.1. Neue Kanäle, Technologien, Trends...
- 1.8.2. Die Entwicklung eines neuen Formats
- 1.8.3. Die Notwendigkeit, neue Technologien in einer innovativen Werbung einzusetzen
- 1.8.4. Der Eintritt von Wettbewerbern
- 1.8.5. Lebenszyklus einer Idee
- 1.8.6. Nachhaltigkeit, inklusive Sprache

1.9. Trends in der Werbekreativität

- 1.9.1. Rolle der Kunden bei der Entscheidungsfindung
- 1.9.2. Neue Methoden und Medien
- 1.9.3. Neue Technologien

1.10. Grenzen der Kreativität in der Werbung

- 1.10.1. Zugang zu den innovativsten Ideen
- 1.10.2. Die Kosten für eine gute Idee
- 1.10.3. Die Relevanz einer Nachricht
- 1.10.4. Die Entscheidungskarte
- 1.10.5. Auf der Suche nach dem richtigen Gleichgewicht

Modul 2. Branded Content

2.1. Was ist Branded Content?

- 2.1.1. Inwiefern ist Werbung mit *Branded Content* vergleichbar?
- 2.1.2. Was es braucht, um sie zu erstellen
- 2.1.3. Typologien
- 2.1.4. Welche Inhalte erfolgreich sein werden
- 2.1.5. Merkmale von viralen Videos
- 2.1.6. Nützlichkeit

2.2. Was ist Content Marketing?

- 2.2.1. Relevante und nützliche Inhalte
- 2.2.2. Interaktive Inhalte
- 2.2.3. *Storytelling*
- 2.2.4. Plattformübergreifende, medienübergreifende und transmediale Inhalte
- 2.2.5. Zusätzlicher Nutzen
- 2.2.6. Kreativität in sozialen Netzwerken
- 2.2.7. Wie man in sozialen Netzwerken erfolgreich ist
- 2.2.8. Wie wir unsere Inhalte an die Öffentlichkeit bringen

2.3. Multimedia-Kreativität

- 2.3.1. Podcast
- 2.3.2. *Videocast*
- 2.3.3. *Photosharing*
- 2.3.4. Präsentationsplattform
- 2.3.5. Videos

2.4. Was ist ein Event?

- 2.4.1. Was ist das?
- 2.4.2. Unterschied zwischen der Kreativität einer Werbung und der Kreativität eines Events
- 2.4.3. Interaktivität einer Anzeige und die Interaktivität eines Events

2.5. Warum wird ein Event veranstaltet

- 2.5.1. Feiern und Unterhaltung
- 2.5.2. Marketing und Werbung
- 2.5.3. Bildung und Ausbildung
- 2.5.4. Netzwerke und Verbindungen
- 2.5.5. Soziale Verantwortung und Fundraising

2.6. Wie die Idee für die Veranstaltung entsteht

- 2.6.1. Wie man kreative Ideen entwickelt
- 2.6.2. Wie man einen detaillierten Vorschlag entwickelt
- 2.6.3. Schlussfolgerungen

2.7. Wo und wie man eine Veranstaltung organisiert

- 2.7.1. Die richtige Veranstaltung am richtigen Ort
- 2.7.2. Das richtige Budget
- 2.7.3. Kein Raum für Improvisation
- 2.7.4. Das genau richtige Essen
- 2.7.5. Was bei einer Veranstaltung schief gehen kann. Beispiele
- 2.7.6. Ein Plan B

2.8. Wie man bei einer Veranstaltung begeistert

- 2.8.1. Überraschen bei Veranstaltungen
- 2.8.2. Einfühlungsvermögen bei Veranstaltungen
- 2.8.3. Gefühle

2.9. Kreativität im gesamten Organisationsprozess

- 2.9.1. Kreativität bei der Ideenfindung
- 2.9.2. Kreativität bei der Gestaltung des Erlebnisses
- 2.9.3. Kreativität bei der Planung und Logistik
- 2.9.4. Kreativität bei der Gestaltung von Materialien und Werbung
- 2.9.5. Kreativität bei der Gestaltung von interaktiven und partizipativen Erfahrungen
- 2.9.6. Überraschungen und unerwartete Elemente
- 2.9.7. Kreativität in Unterhaltung und Inhalt
- 2.9.8. Kreativität bei der Lösung von Problemen im Handumdrehen
- 2.9.9. Kreativität auch bei der Abholung
- 2.9.10. Kreativität bei der Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung

2.10. Virtuelle Veranstaltungen

- 2.10.1. Was ist eine virtuelle Veranstaltung?
- 2.10.2. Unterschiede zwischen einer virtuellen Veranstaltung und einer persönlichen Veranstaltung
- 2.10.3. Kreativität bei virtuellen Veranstaltungen

Modul 3. Kompetenzen eines Werbekreativen

3.1. Berufe

- 3.1.1. Berufe mit Bezug zum Marketing
- 3.1.2. Berufe in der Werbung
- 3.1.3. Beispiele

3.2. Wie man Talente erkennt

- 3.2.1. Fähigkeiten in Bezug auf die Kreativität in der Werbung
- 3.2.2. Aktivitäten im Zusammenhang mit Werbekreativität
- 3.2.3. Beispiele

3.3. Wie man einen Job in der kreativen Werbung bekommt

- 3.3.1. Wie man sich kreativ um einen Job bewirbt
- 3.3.2. Wie man eine Marke aufbaut, die einen sicheren Arbeitsplatz garantiert
- 3.3.3. Wie man mit einer Phase der Arbeitslosigkeit umgeht
- 3.3.4. Wie man sich an Veränderungen in der Branche anpasst

3.4. Wie man sich am Arbeitsplatz verhält

- 3.4.1. Wenn man Erfolg hat
- 3.4.2. Wenn man scheitert
- 3.4.3. Wie man sich integriert

3.5. Wie man handelt, wenn die Marke ihre Glaubwürdigkeit in der Branche verliert

- 3.5.1. Neupositionierung der Marke
- 3.5.2. Reaktivieren der Marke
- 3.5.3. Beispiele

3.6. Entwicklung der kreativen Benchmarks

- 3.6.1. Kreative im Bereich Marketing
- 3.6.2. Kreative in der Werbung
- 3.6.3. Beispiele

3.7. Erfolgsbilanz von Benchmark-Unternehmen

- 3.7.1. Unternehmen und Marketingabteilungen
- 3.7.2. Werbende Unternehmen
- 3.7.3. Beispiele

3.8. Wie man Erfolg hat

- 3.8.1. Was ist Erfolg?
- 3.8.2. Richtig denken und erfolgreich sein
- 3.8.3. Beispiele

3.9. Wie das Leben eines Kreativen aussieht

- 3.9.1. Auf der Arbeit
- 3.9.2. Außerhalb der Arbeit
- 3.9.3. Schlussfolgerungen

3.10. Wie man den kreativen Beruf genießen kann

- 3.10.1. Leidenschaft für Kreativität
- 3.10.2. Umgang mit Stress und kreativen Blockaden
- 3.10.3. Persönliche Kreativität kultivieren



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 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"

Die TECH Business School 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 an den Grundlagen der traditionellen Universitäten auf der ganzen Welt rüttelt”



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 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 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 zu spezialisieren. Diese Methode, die an der Spitze der weltweiten Pädagogik steht, wird Relearning genannt.

Unsere Wirtschaftshochschule 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 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.



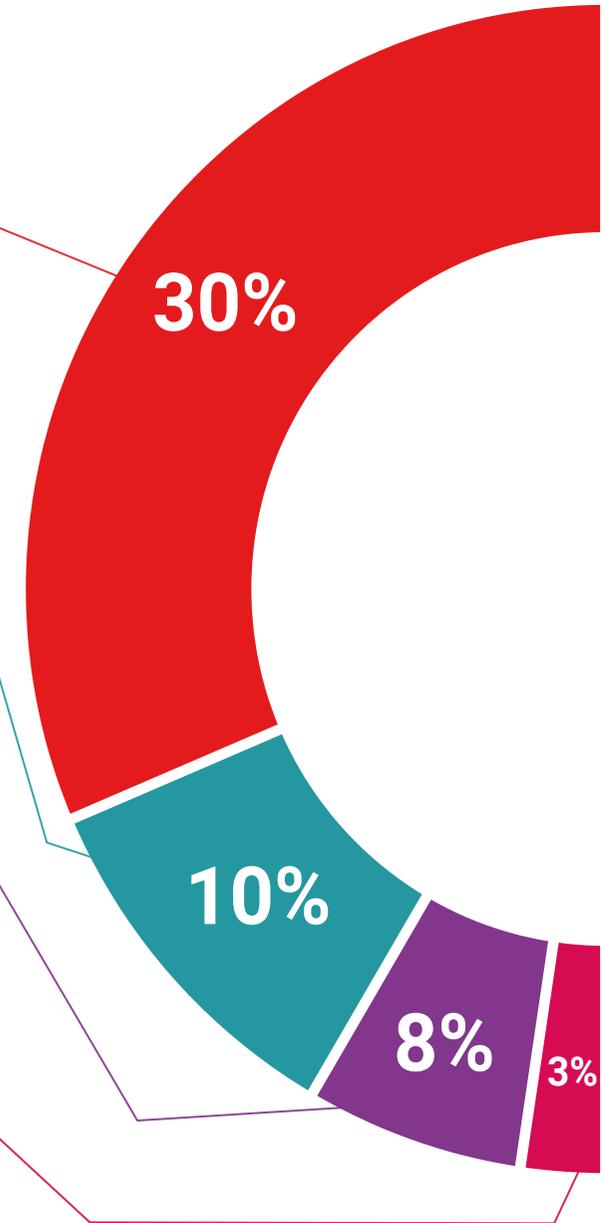
Übungen zu Managementfähigkeiten

Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Managementfähigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Übungen und Aktivitäten 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 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. 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.



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.



07

Profil unserer Studenten

Das Programm richtet sich an Hochschulabsolventen, die zuvor einen der Studiengänge in den Bereichen Sozial- und Rechtswissenschaften, Verwaltung oder Betriebswirtschaft abgeschlossen haben.

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

Der Universitätsexperte kann auch von Berufstätigen belegt werden, die einen Hochschulabschluss in einem beliebigen Bereich haben und über zwei Jahre Berufserfahrung im Bereich der Werbung verfügen.



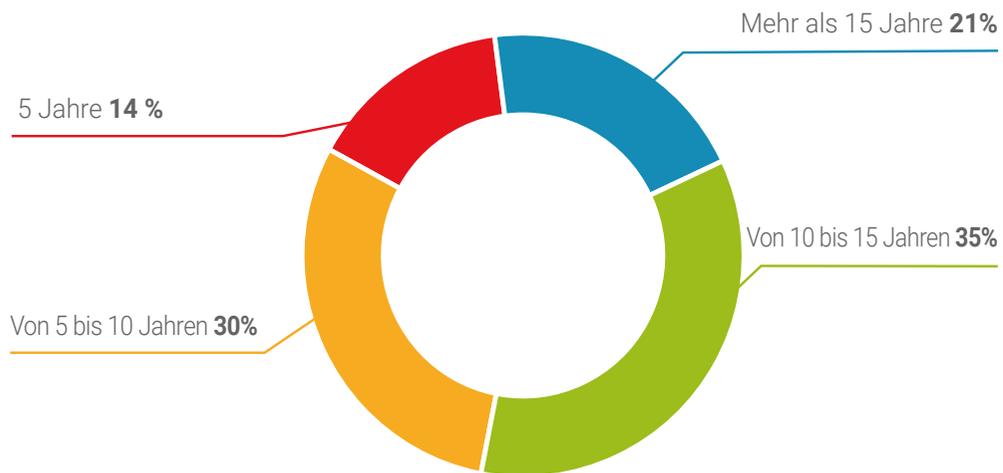
“

Wenn Sie Erfahrung mit kreativer Entwicklung von Werbekampagnen haben und nach einer interessanten Weiterentwicklung Ihrer Karriere suchen, während Sie weiter arbeiten, ist dieses Programm genau das Richtige für Sie"

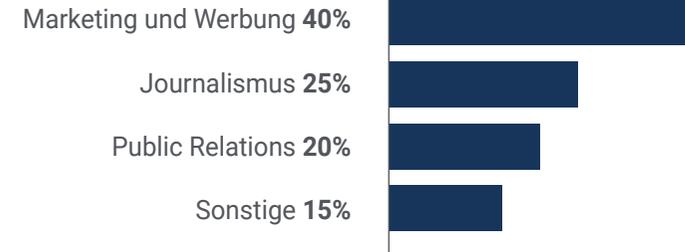
Durchschnittliches Alter

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

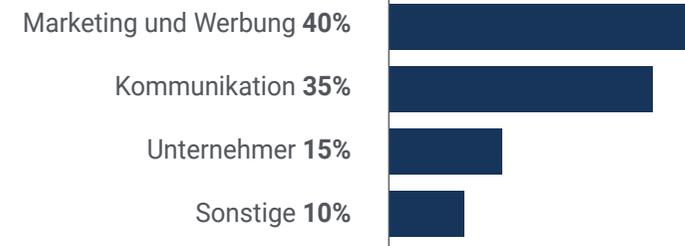
Jahre der Erfahrung



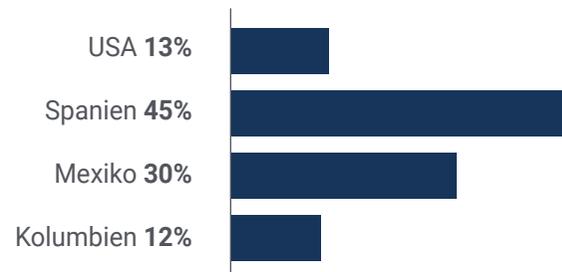
Ausbildung



Akademisches Profil



Geografische Verteilung



Mario García Ruiz

Direktor für Marketing und Werbung

"Ich bin beeindruckt von der Qualität der Inhalte dieses Programms. Man merkt die besondere Sorgfalt, die die Dozenten in die Vorbereitung gesteckt haben. Sie sind sehr nützlich für die tägliche Praxis und helfen Ihnen, Ihre kreativen Fähigkeiten zu verbessern. Zweifellos war der Kurs eine gute Investition für meine Karriere"

08

Kursleitung

Mit TECH wird es möglich sein, diesen Abschluss mit Exzellenz durchzuführen, indem erstklassige didaktische Instrumente eingesetzt werden, die den Studenten bei der Entwicklung des akademischen Programms helfen. Aus diesem Grund haben die Studenten Zugang zu einem Lehrplan, der ausschließlich von einem Lehrteam entwickelt wurde, das sich auf die Bereiche Management der Unternehmenskommunikation und institutionelle Kommunikation, Werbung und Öffentlichkeitsarbeit spezialisiert hat. Die Erfahrung dieser Experten ermöglicht es der Fachkraft, die Herausforderungen der Werbeindustrie solide zu bewältigen.



A black and white photograph showing three people from a side profile, looking down at a screen. The image is partially obscured by a dark blue diagonal shape that covers the top right and bottom right corners of the page.

“

Mit TECH haben Sie Zugang zu einem Lehrplan, der ausschließlich von einem auf Werbestrategie, Content-Generierung und Branding spezialisierten Lehrteam erstellt wurde"

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 von Sevilla
- ♦ Mitverfasser des Buches *Wie man eine Marke schafft. Handbuch für Nutzung und Management*



09

Auswirkung auf Ihre Karriere

Dieser Hochschulabschluss wurde mit dem Ziel konzipiert, den Absolventen das Schlüsselwissen zu vermitteln, das ihnen hilft, sich den Herausforderungen der Werbebranche zu stellen. TECH konzentriert sich ebenfalls darauf, eine qualitativ hochwertige Bildung anzubieten, wobei die Effizienz in jedem ihrer Programme im Vordergrund steht. Auf diese Weise garantiert sie der Fachkraft eine exklusive Weiterbildung zur Neupositionierung und Reaktivierung der Marke.





“

Die Studenten werden ihre Kenntnisse über Werbeunternehmen, Marketingabteilungen und deren Arbeitsweise vertiefen"

In diesem Studienbereich erweitern Sie Ihre Fähigkeiten in spezifischen Bereichen wie der Suche nach den besten Bedingungen zur Stimulierung der Kreativität und dem Umgang mit Branded Content-Typologien.

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

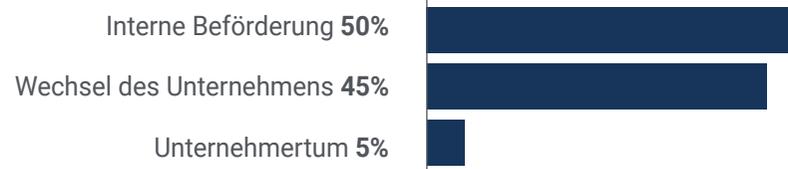
Der Universitätsexperte in Kreative Entwicklung von Werbekampagnen von TECH ist ein intensives Programm, das Sie auf die Herausforderungen und Geschäftsentscheidungen im Bereich Werbung vorbereitet. Das Hauptziel ist es, Ihre persönliche und berufliche Entwicklung zu fördern. Wir helfen Ihnen, erfolgreich zu sein.

TECH bietet Ihnen exklusives Multimedia-Material, das Ihnen eine große Dynamik bietet und den Erfolg bei der Durchführung dieser Fortbildung garantiert.

Zeitpunkt des Wandels



Art des Wandels



Gehaltsverbesserung

Der Abschluss dieses Programms bedeutet für unsere Studenten eine Gehaltserhöhung von mehr als **25%**



10

Vorteile für Ihr Unternehmen

Dieses Programm trägt dazu bei, die Talente des Unternehmens durch die Weiterbildung von hochrangigen Führungskräften auf ihr maximales Potenzial zu bringen.

Darüber hinaus ist die Teilnahme an dieser Weiterbildung eine einmalige Gelegenheit, ein leistungsfähiges Netzwerk von Kontakten zu knüpfen, um künftige Geschäftspartner, Kunden oder Lieferanten zu finden.



“

Im digitalen Zeitalter müssen Manager neue Prozesse und Strategien integrieren, die bedeutende Veränderungen und eine organisatorische Entwicklung mit sich bringen. Dies ist nur durch eine universitäre Fort- und Weiterbildung möglich“

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 Kreative Entwicklung von Werbekampagnen 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 Kreative Entwicklung von Werbekampagnen** 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 Kreative Entwicklung von Werbekampagnen**

Modalität: **online**

Dauer: **6 Monate**



*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 Kreative Entwicklung von Werbekampagnen

- » Modalität: online
- » Dauer: **6 Monate**
- » Qualifizierung: **TECH** Technische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Universitätsexperte

Kreative Entwicklung von Werbekampagnen

