

# Universitätsexperte

## Werbung und Public Relations





## Universitätsexperte

### Werbung und Public Relations

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

Internetzugang: [www.techtitude.com/de/wirtschaftsschule/spezialisierung/spezialisierung-werbung-public-relations](http://www.techtitude.com/de/wirtschaftsschule/spezialisierung/spezialisierung-werbung-public-relations)

# 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  
Auswirkung auf Ihre Karriere

---

Seite 40

09  
Vorteile für Ihr Unternehmen

---

Seite 44

10  
Qualifizierung

---

Seite 48

# 01

# Willkommen

Der Bereich der Public Relations trägt zum strategischen Management der Kommunikation einer jeden Organisation bei. Er ist das Instrument, um die verschiedenen Zielgruppen, an die sich eine Marke oder ein Unternehmen richtet, zu kennen, zu verwalten und zu untersuchen. In diesem Sinne steht sie in direktem Zusammenhang mit dem Werbeumfeld, einem Panorama, in dem verschiedene Kommunikationsakteure agieren. Aus diesem Grund zielt dieses Programm darauf ab, der Fachkraft eine globale und vollständige Vision der Grundlagen des Werbesystems, seiner Geschichte und seiner Protagonisten zu bieten, wobei der Schwerpunkt auf dem kreativen Prozess, der Planung und den Auswirkungen seiner potenziellen sozialen Effekte liegt. Damit entwickelt der Student eine für die Werbung typische Fähigkeit zur Synthese, mit besonderem Schwerpunkt auf der Kommunikation auf globaler Ebene, die zweifellos unerlässlich ist, um Zugang zu den wichtigsten nationalen und internationalen Werbeagenturen zu erhalten oder die Unternehmenskommunikation eines privaten Unternehmens oder einer öffentlichen Einrichtung zu leiten.



Universitätsexperte in Werbung und Public Relations.  
TECH Technologische Universität

“

*Mit diesem TECH Universitätsexperten werden Sie sich im Bereich der Werbung als erfahrene Fachkraft entwickeln und Sie werden das Wissen erwerben, um die Prozesse und Wechselfälle des Werbesystems mit vollem Erfolg anzuwenden"*

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 Technologische Universität



### 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 Technologische Universität Community.

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

# 04 Ziele

Dieses Programm richtet sich an Studenten, die ihre Führungsqualitäten im Bereich Werbung und Öffentlichkeitsarbeit stärken, neue Kompetenzen entwickeln und ihre Fähigkeiten für akademisches und berufliches Wachstum in einem Umfeld verbessern wollen, das ein strategisches Profil erfordert. Nach dem Studium sind Sie in der Lage, die richtigen Entscheidungen mit einem globalen Ansatz, einer innovativen Perspektive und einer internationalen Vision zu treffen und dabei die Grundlagen der heutigen Werbung zu berücksichtigen.



“

*In diesem Universitätsexperten lernen Sie, kreative Prozesse auf dem Gebiet der Werbekommunikation anzuwenden"*

**TECH macht sich die Ziele seiner Studenten zu eigen.**

**Wir arbeiten zusammen, um sie zu erreichen.**

Der **Universitätsexperte in Werbung und Public Relations** wird den Studenten zu Folgendem befähigen:

01

Kennen der Bereiche Werbung und Public Relations sowie deren Abläufe und Organisationsstrukturen

04

Erkennen der grundlegenden Prinzipien der menschlichen Kreativität und ihrer Anwendung in den Erscheinungsformen überzeugender Kommunikation

02

Identifizieren der beruflichen Profile von Werbe- und Public Relations-Fachleuten sowie der wichtigsten Fähigkeiten, die in der beruflichen Praxis benötigt werden

05

Wissen, wie man kreative Prozesse im Bereich der Kommunikation anwendet, insbesondere im Bereich der Werbung und Public Relations

03

Beherrschen der Elemente, Formen und Prozesse von Werbesprachen und anderen Kommunikationsformen unter Verwendung von Kenntnissen der spanischen Sprache, Analyse der verschiedenen Ebenen und Komponenten, aus denen das spanische Sprachsystem besteht, sowie der diskursiven Produkte, die Teil der verschiedenen Texttypologien sind

06

Verstehen der Systeme zur Analyse von Werbe- und Public Relations-Kampagnen

07

Definieren der einzelnen Funktionen für das Management eines Unternehmens für Werbung und Public Relations unter Hervorhebung ihrer wichtigsten Anwendungen

10

Identifizieren der Prozesse und Organisationsstrukturen der Werbung und Public Relations

08

Identifizieren der beruflichen Profile von Werbe- und Public Relations-Fachleuten sowie der wichtigsten Fähigkeiten, die in der beruflichen Praxis benötigt werden

11

Kennen der historischen Entwicklung von Werbung und Public Relations

09

Wissen, wie man kreative Prozesse im Bereich der Kommunikation anwendet, insbesondere im Bereich der Werbung und Public Relations

12

Wissen, wie man Werbung mit anderen kulturellen Manifestationen wie Literatur, Kunst oder Kino in Beziehung setzt

13

Kennen der Struktur und des Wandels der heutigen Gesellschaft in Bezug auf die Elemente, Formen und Prozesse der Werbe- und Public Relations-Kommunikation

14

Verbinden von Werbung und Public Relations mit anderen Sozial- und Geisteswissenschaften

15

Kennen der Elemente, Formen und Verfahren von Werbesprachen und anderen Formen der überzeugenden Kommunikation





16

Fördern von Kreativität und Überzeugungskraft durch verschiedene Medien und Kommunikationsmittel

17

Kennen der Elemente, Formen und Verfahren von Werbesprachen und anderen Formen der überzeugenden Kommunikation

18

Definieren der einzelnen Funktionen für das Management eines Unternehmens für Werbung und Public Relations unter Hervorhebung ihrer wichtigsten Anwendungen

05

# Struktur und Inhalt

Der Universitätsexperte in Werbung und Public Relations umfasst ein komplettes Programm, das in 4 Module gegliedert ist, deren Inhalt von Experten des Sektors ausgearbeitet wurde, so dass der Student alle Konzepte auf prägnante und reale Weise erlernen kann, wobei er vertieftes Wissen darüber erlangt, wie die Macht der Werbung und das Management des Kommunikationsansatzes funktionieren. Auf diese Weise beherrscht die Fachkraft alle Aspekte der Werbesprache und der Corporate Identity durch qualitativ hochwertige Inhalte, so dass ihr Profil in einem wettbewerbsorientierten Umfeld hervorsticht.



“

*Eines der Ziele dieses Programms ist es, jede der Funktionen für das Management des Unternehmens für Werbung und Öffentlichkeitsarbeit abzugrenzen und ihre wichtigsten Anwendungen hervorzuheben"*

## Lehrplan

Der Universitätsexperte in Werbung und Public Relations der TECH Technologischen Universität ist ein intensives Programm, das die Studenten darauf vorbereitet, die Grundlagen des Werbesystems und der Kommunikation im Bereich der Public Relations zu beherrschen.

Der Inhalt ist darauf ausgerichtet, die Entwicklung von Managementfähigkeiten zu fördern, die es den Studenten ermöglichen, in unsicheren Umgebungen Entscheidungen mit größerer Strenge zu treffen und sich den geschäftlichen Herausforderungen zu stellen, die im Bereich der Werbung auftreten können.

So werden die Studenten während der 600 Stunden Vorbereitungszeit in Einzelarbeit eine Vielzahl von praktischen Fällen analysieren. Es handelt sich also um ein echtes Eintauchen in reale Geschäftssituationen, die das Profil der Fachkraft positionieren werden.

Auf diese Weise konzentriert sich der Universitätsexperte auf das System der Werbung und Public Relations von seiner Geschichte und Theorie bis hin zu seinem Management in Unternehmen, Agenturen und Organisationen mit einem globalen und aktuellen Ansatz. Ein Studienplan, der darauf abzielt, die Fähigkeiten von Fachleuten zu verbessern und sie auf diesen Sektor aus einer strategischen, internationalen und innovativen Perspektive auszurichten.

Aus all diesen Gründen wurde dieses Programm für Studenten entwickelt, die sich auf ihre berufliche Weiterentwicklung konzentrieren und sich darauf vorbereiten, in einem wettbewerbsintensiven, aber kreativen Bereich Spitzenleistungen zu erbringen. Die innovativen Inhalte basieren auf den neuesten Trends und werden durch die beste pädagogische Methodik und einem außergewöhnlichen Dozententeam unterstützt, das ihnen die Fähigkeiten vermittelt, sich in diesem Umfeld erfolgreich zu entwickeln.

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

### Modul 1

Grundlagen der Public Relations

### Modul 2

Theorie der Werbung

### Modul 3

Geschichte der Werbung und Public Relations

### Modul 4

Unternehmen für Werbung und Public Relations



### Wo, wann und wie wird unterrichtet?

TECH bietet die Möglichkeit, dieses Programm vollständig online zu absolvieren. Während der 6-monatigen Spezialisierung wird der Student in der Lage sein, jederzeit auf alle Inhalte zuzugreifen, was ihm erlaubt, seine Studienzeit selbst zu verwalten.

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

## Modul 1. Grundlagen der Public Relations

### 1.1. Theoretischer Rahmen der Public Relations

- 1.1.1. Einführung
- 1.1.2. Forschung im Bereich Public Relations
- 1.1.3. Die wichtigsten Theoretiker der Public Relations
- 1.1.4. Public Relations und verwandte Elemente
- 1.1.5. Definition von Public Relations

### 1.2. Historische Entwicklungen

- 1.2.1. Etappen
- 1.2.2. Die Ursprünge der Public Relations
- 1.2.3. Trends im Bereich Public Relations

### 1.3. Externe Kommunikation

- 1.3.1. Merkmale und Zielgruppen
- 1.3.2. Beziehungen zu den Medien
- 1.3.3. Bereitstellung von Informationen

### 1.4. Interne Kommunikation

- 1.4.1. Einführung
- 1.4.2. Funktionen und Ziele
- 1.4.3. Arten der internen Kommunikation
- 1.4.4. Interne Kommunikationsmittel

### 1.5. Public Relations und öffentliche Meinung

- 1.5.1. Starkes Medienimage
- 1.5.2. Der begrenzte Einfluss der Medien
- 1.5.3. Strukturelle Auswirkungen auf die Gesellschaft

### 1.6. Internationale Öffentlichkeitsarbeit

- 1.6.1. Merkmale der internationalen Gesellschaft
- 1.6.2. Definition
- 1.6.3. Die Rolle der internationalen Öffentlichkeitsarbeit
- 1.6.4. Typologien von Aktionen

### 1.7. Public Relations und Krise

- 1.7.1. Die Organisation in einer Krise
- 1.7.2. Merkmale von Krisen
- 1.7.3. Typologien von Krisen

### 1.8. Stadien der Krisen

- 1.8.1. Vorläufige Phase
- 1.8.2. Akute Phase
- 1.8.3. Chronische Phase
- 1.8.4. Post-traumatische Phase

### 1.9. Einen Krisenplan vorbereiten

- 1.9.1. Analyse der potenziellen Probleme
- 1.9.2. Planung
- 1.9.3. Angemessenheit des Personals

### 1.10. Kommunikationstechnologien in Krisensituationen

- 1.10.1. Vorteile
- 1.10.2. Nachteile
- 1.10.3. Tools

**Modul 2. Theorie der Werbung**

**2.1. Grundlagen der Werbung**

- 2.1.1. Einführung
- 2.1.2. Grundlagen der Werbung und des Marketings
- 2.1.3. Werbung, Public Relations und Propaganda
- 2.1.4. Dimensionen und gesellschaftliche Bedeutung der zeitgenössischen Werbung
- 2.1.5. Erfolgreiche Werbung: KFC

**2.2. Geschichte der Werbung**

- 2.2.1. Einführung
- 2.2.2. Ursprung
- 2.2.3. Die industrielle Revolution und die Werbung
- 2.2.4. Die Entwicklung der Werbeindustrie
- 2.2.5. Werbung in der Internet-Welt
- 2.2.6. Erfolgreiche Werbung: die Fallstudie Coca-Cola

**2.3. Werbung und ihre Akteure I: der Werbetreibende**

- 2.3.1. Einführung
- 2.3.2. Die Funktionsweise der Werbeindustrie
- 2.3.3. Arten von Werbetreibenden
- 2.3.4. Werbung im Organigramm des Unternehmens
- 2.3.5. Erfolgreiche Werbung: Fallstudie Facebook

**2.4. Werbung und ihre Akteure II: Werbeagenturen**

- 2.4.1. Einführung
- 2.4.2. Die Werbeagentur: Profis der Werbekommunikation
- 2.4.3. Die Organisationsstruktur von Werbeagenturen
- 2.4.4. Arten von Werbeagenturen
- 2.4.5. Honorarverwaltung in Werbeagenturen
- 2.4.6. Erfolgreiche Werbung: Nike

**2.5. Werbung und ihre Akteure III: Der Werbeempfänger**

- 2.5.1. Einführung
- 2.5.2. Der Werbeempfänger und sein Kontext
- 2.5.3. Der Werbeempfänger als Verbraucher
- 2.5.4. Bedürfnisse und Wünsche in der Werbung
- 2.5.5. Werbung und Gedächtnis: über die Wirksamkeit von Werbung
- 2.5.6. Erfolgreiche Werbung: die Fallstudie von Ikea

**2.6. Der Prozess der Werbegestaltung I: vom Werbetreibenden zu den Medien**

- 2.6.1. Einführung
- 2.6.2. Vorläufige Aspekte des kreativen Werbeprozesses
- 2.6.3. Der Werbe-Brief oder Kommunikations-Brief
- 2.6.4. Die kreative Strategie
- 2.6.5. Medienstrategie
  - 2.6.5.1. Erfolgreiche Werbung: Apple

**2.7. Der Prozess der Werbegestaltung II: Kreativität und Werbung**

- 2.7.1. Einführung
- 2.7.2. Grundlagen der kreativen Arbeit von Werbern
- 2.7.3. Kreativität in der Werbung und ihr kommunikativer Status
- 2.7.4. Kreative Arbeit in der Werbung
- 2.7.5. Erfolgreiche Werbung: Fallstudie Real Madrid

**2.8. Der Prozess der Werbegestaltung III: Ideenfindung und Entwicklung des Werbemanifests**

- 2.8.1. Einführung
- 2.8.2. Kreative Konzeption und Strategie
- 2.8.3. Der kreative Designprozess
- 2.8.4. Die zehn grundlegenden Wege der Kreativität nach Luis Bassat: Die Werbegesetze
- 2.8.5. Werbeformate
- 2.8.6. Erfolgreiche Werbung: McDonalds

**2.9. Planung von Werbemitteln**

- 2.9.1. Einführung
- 2.9.2. Medien und Planung
- 2.9.3. Werbemittel und ihre Klassifizierung
- 2.9.4. Tools für die Medienplanung
- 2.9.5. Erfolgreiche Werbung: Pepsi

**2.10. Werbung, Gesellschaft und Kultur**

- 2.10.1. Einführung
- 2.10.2. Die Beziehung zwischen Werbung und Gesellschaft
- 2.10.3. Werbung und Emotionen
- 2.10.4. Werbung, Themen und Dinge
- 2.10.5. Erfolgreiche Werbung: Burger King

Modul 3. Geschichte der Werbung und Public Relations

**3.1. Werbemaßnahmen vor dem Druck**

- 3.1.1. Werbung in ihren frühesten Formen
- 3.1.2. Frühe Manifestationen
- 3.1.3. Die antike Welt

**3.2. Von der Druckerpresse bis zur industriellen Revolution**

- 3.2.1. Einige Aspekte, die zum Aufkommen des Buchdrucks in Europa beitrugen
- 3.2.2. Frühe Ausdrucksformen: Flugblätter und Plakate
- 3.2.3. Markierungen und Etiketten
- 3.2.4. Schreiende und schwatzhafte Werbung
- 3.2.5. Die Fahne und das kommerzielle Wandbild
- 3.2.6. Die Geburt eines neuen Mediums
- 3.2.7. Kommunikation und Macht: Die Kontrolle der Überzeugung

**3.3. Revolutionen**

- 3.3.1. Werbung und die industrielle Revolution
- 3.3.2. Der lange und kurvenreiche Weg zur Pressefreiheit
- 3.3.3. Von Propaganda bis Werbung
- 3.3.4. Propaganda und politische Werbung: Konzepte
- 3.3.5. Merkmale dieser Anzeige
- 3.3.6. Die industrielle Revolution als Geburtsstunde der kommerziellen Werbung

**3.4. Die Geburt der Werbung**

- 3.4.1. Der Ursprung der kommerziellen Werbung
- 3.4.2. Die technologische Revolution
- 3.4.3. Drucksysteme
- 3.4.4. Papier
- 3.4.5. Fotografie
- 3.4.6. Telegraph
- 3.4.7. Print-Werbung
- 3.4.8. Plakate

**3.5. Konsolidierung der Werbeaktivitäten**

- 3.5.1. Wirtschaftliche Faktoren zwischen 1848-1914
- 3.5.2. Neue Formen der Vermarktung
- 3.5.3. Zeitungen
- 3.5.4. Zeitschriften
- 3.5.5. Poster Kunst
- 3.5.6. Grundlagen der modernen Werbung
- 3.5.7. Amerikanische Werbeagenturen
- 3.5.8. Werbetechnik und -handwerk

**3.6. Werbung zwischen zwei Kriegen**

- 3.6.1. Merkmale des Zeitraums 1914-1950
- 3.6.2. Werbung im Ersten Weltkrieg
- 3.6.3. Die Folgen des Ersten Weltkriegs für die Werbung
- 3.6.4. Werbung während des Zweiten Weltkriegs
- 3.6.5. Die Folgen des Zweiten Weltkriegs für die Werbung
- 3.6.6. Die Werbeträger
- 3.6.7. Die Plakat- und Werbegrafik
- 3.6.8. Außenwerbung

- 3.6.9. Kino
- 3.6.10. Kino als Mittel der Überzeugung
- 3.6.11. Radio
- 3.6.12. Kommerzielles Radio

**3.7. Die Entwicklung von Werbetechniken**

- 3.7.1. Werbeaktivitäten zwischen 1914 und 1950
- 3.7.2. Die Organisation der Werbung
- 3.7.3. Agenturen und Stile

**3.8. Elektronische Werbung**

- 3.8.1. TV Die dritte Dimension der Werbung
- 3.8.2. Werbung in den 1950er und 1960er Jahren
- 3.8.3. Das Aufkommen des Fernsehens

**3.9. Werbung heute**

- 3.9.1. Einführung
- 3.9.2. Der aktuelle Werbekontext: eine technologische Perspektive
- 3.9.3. Die wichtigsten Herausforderungen der heutigen Werbekommunikation
- 3.9.4. Die wichtigsten Chancen in der heutigen Werbekommunikation

**3.10. Geschichte der Öffentlichkeitsarbeit**

- 3.10.1. Die Ursprünge
- 3.10.2. Bernays und seine Beiträge
- 3.10.3. Erweiterung: PR In der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts

**Modul 4. Unternehmen für Werbung und Public Relations**

**4.1. Struktur von Werbe- und/oder Public Relations-Agenturen**

- 4.1.1. Struktur
- 4.1.2. Funktionen
- 4.1.3. Auswahl der Agenturen

**4.2. Finanzielle Verwaltung der Agentur**

- 4.2.1. Arten der Rechtsform
- 4.2.2. Geschäftsmodell
- 4.2.3. Projektentwicklung und -kontrolle

**4.3. Wirtschaftliche Beziehungen in einem Werbeunternehmen**

- 4.3.1. Wirtschaftliche Beziehungen zu Werbetreibenden
- 4.3.2. Wirtschaftliche Beziehungen zu Mitarbeitern und Partnern
- 4.3.3. Einzelunternehmer und Selbstständige

**4.4. Das Betriebskonto der Werbeagentur**

- 4.4.1. Investitionen, Einnahmen und Umsatz
- 4.4.2. Ergebnisse
- 4.4.3. Jährliches Budget

**4.5. Verbindung zwischen Werbung und Public Relations**

- 4.5.1. In Bezug auf die Ziele
- 4.5.2. In Bezug auf die Empfänger der Aktivität
- 4.5.3. In Bezug auf die Wahl der Mittel und Medien

**4.6. Vergütungssysteme**

- 4.6.1. Vergütung der Agentur
- 4.6.2. Die buchhalterische Dimension der Agentur
- 4.6.3. Festsetzung des Budgets

**4.7. Beziehungen zu externen Stakeholders**

- 4.7.1. Beziehungen zu Werbeagenturen
- 4.7.2. Beziehungen zu Medienagenturen
- 4.7.3. Beziehungen zu Verbraucheragenturen beenden

**4.8. Organisatorische Wachstumsstrategien**

- 4.8.1. Holdings
- 4.8.2. Wertschöpfungskette
- 4.8.3. Herausforderungen des organisatorischen Wachstums

**4.9. Internes Organigramm einer Werbeagentur**

- 4.9.1. Modell der Agenturverwaltung
- 4.9.2. Abteilung Konten
- 4.9.3. Kreativ-Abteilung
- 4.9.4. Abteilung Medien
- 4.9.5. Abteilung Produktion

**4.10. Team-Management**

- 4.10.1. Die Motivation
- 4.10.2. Change Management und Führung
- 4.10.3. Interne Kommunikation



*In diesem Universitätsexperten lernen Sie, Werbung mit anderen kulturellen Manifestationen wie Literatur, Kunst oder Kino in Beziehung zu setzen und so erfolgreiche Verbindungen herzustellen"*

# 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.



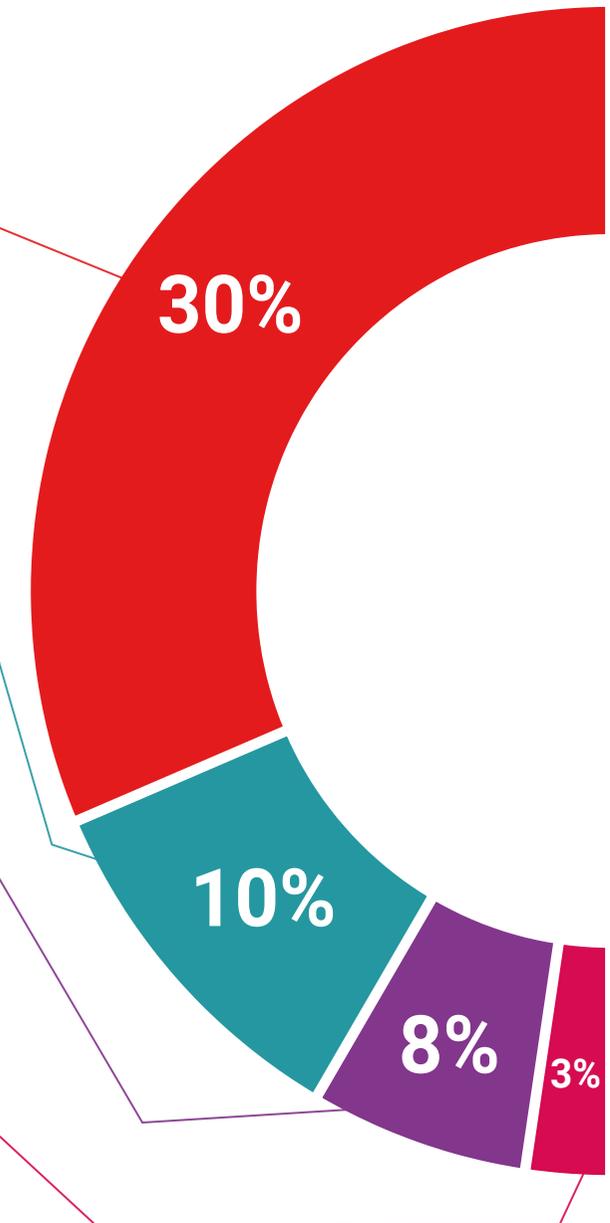
### Praxis der Managementfähigkeiten

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

Dieser Universitätsexperte richtet sich an Fachleute, die ihre Kenntnisse im Bereich Werbung und Public Relations erweitern möchten, um ihre berufliche Karriere voranzutreiben, sei es als Freiberufler oder als Manager der wichtigsten Unternehmen der Branche, in Bereichen der Unternehmenskommunikation oder in öffentlichen Organisationen. Auf diese Weise wird die Qualität der Inhalte dieses Programms es ihnen ermöglichen, ein äußerst wettbewerbsfähiges und begehrtes Berufsprofil auf dem Arbeitsmarkt zu entwickeln.





“

*Machen Sie mit diesem Studium einen Schritt auf Ihrem Weg zum beruflichen Erfolg"*

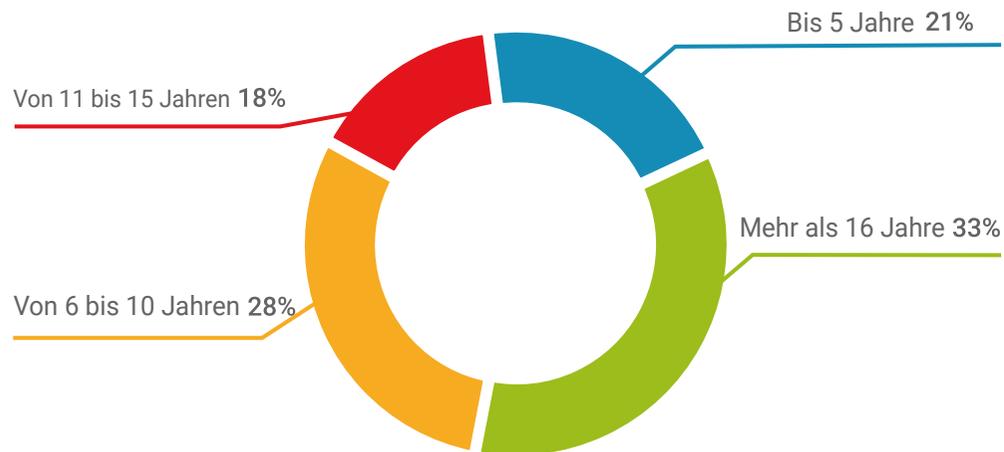
## Durchschnittliches Alter

---

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

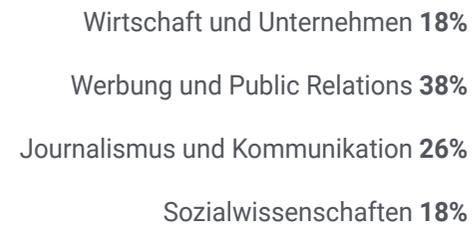
## Jahre der Erfahrung

---



## Ausbildung

---



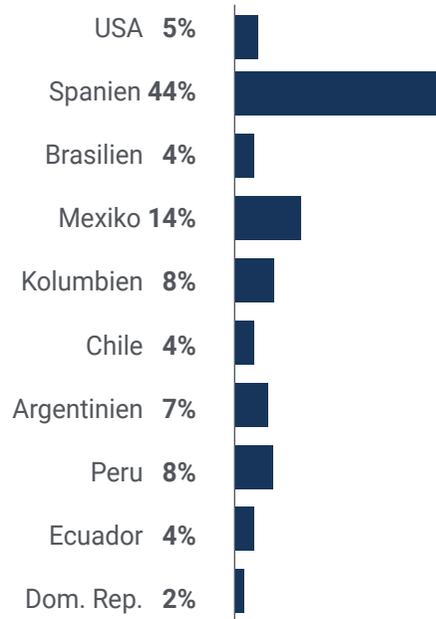
## Akademisches Profil

---



## Geografische Verteilung

---



## Alejandro Lerín

---

Publizist

*"Die Agentur, bei der ich anfang zu arbeiten, bot mir das TECH-Programm als internen Weiterbildungsanreiz an und ich bin sehr froh, dass ich es gemacht habe. Unter mehreren Aspekten möchte ich hervorheben, dass ich gelernt habe, welche Techniken ich in der Werbestrategie des Unternehmens mit einem verbesserten Ansatz einsetzen kann"*

08

# Auswirkung auf Ihre Karriere

Die TECH ist sich darüber im Klaren, dass die Teilnahme an einem Programm mit diesen Merkmalen eine große wirtschaftliche, berufliche und persönliche Investition seitens des Studenten bedeutet. Das Endziel dieser großen Anstrengung muss es sein, ein berufliches Wachstum zu erreichen, damit die Eingliederung in den Arbeitsmarkt, die Beförderung des Spezialisten oder der Wechsel, den er im Arbeitsbereich sucht, in Richtung dieses Sektors erfolgreich ist. TECH hat sich diesem Ziel verschrieben und erreicht es durch die Gestaltung wettbewerbsfähiger Programme, mit einer innovativen Methodik und den besten Experten des Sektors.





“

*Erhöhen Sie Ihre Chancen auf  
Erfolg am Arbeitsplatz. Erreichen  
Sie ihn durch die TECH-Methode"*

*Werden Sie Experte für Werbung und Public Relations und positionieren Sie Ihr Unternehmen als eines der wettbewerbsfähigsten in seinem Sektor.*

### Sind Sie bereit, den Sprung zu wagen?

#### Es erwartet Sie eine hervorragende berufliche Weiterentwicklung

Der TECH Universitätsexperte in Werbung und Public Relations ist ein intensives Programm, das die Studenten darauf vorbereitet, sich den Herausforderungen und Entscheidungen in diesem sich ständig verändernden Sektor zu stellen und dabei eine bessere Kenntnis der Ziele Ihres Unternehmens oder Ihrer Kunden zu erlangen. Daher besteht das Hauptziel darin, die persönliche und berufliche Entwicklung der Studenten zu fördern, um in diesem Arbeitsbereich erfolgreich zu sein.

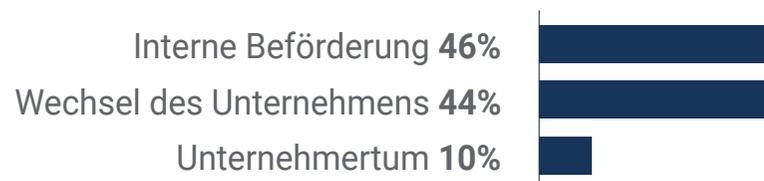
Ein Programm von großem Interesse für alle, die akademische und berufliche Spitzenleistungen anstreben.

*Mit der Teilnahme an diesem TECH-Programm werden Sie Ihre Chancen auf Erfolg am Arbeitsplatz vervielfachen, also zögern Sie nicht und schreiben Sie sich jetzt ein.*

### Zeitpunkt des Wandels



### Art des Wandels



## Gehaltsverbesserung

---

Der Abschluss dieses Programms bedeutet für unsere Studenten eine Gehaltserhöhung von mehr als **25,55%**



09

# Vorteile für Ihr Unternehmen

Der Universitätsexperte in Werbung und Public Relations ist ein Programm, das hauptsächlich darauf abzielt, die Qualifikation der Studenten in diesem Tätigkeitsbereich zu verbessern. Aber auch für die Unternehmen, in denen sie arbeiten, ergeben sich daraus bemerkenswerte Vorteile, da sie in der Lage sein werden, wettbewerbsfähigere Strategien umzusetzen, die eine gründliche Kenntnis der Werte und Ziele des Unternehmens vermitteln und so eine größere Anziehungskraft auf das Publikum ausüben.





“

*Sie erhalten die richtige Weiterbildung, um  
Ihrem Unternehmen innovative Strategien  
für das Werbemanagement anzubieten"*

## 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 den Fachkräften 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

Die Fachkraft kann an einem realen Projekt arbeiten oder neue Projekte im Bereich der Forschung und Entwicklung oder der Geschäftsentwicklung Ihres Unternehmens entwickeln.

---

06

### Gesteigerte Wettbewerbsfähigkeit

Dieser Universitätsexperte wird die Fachkräfte mit den Fähigkeiten ausstatten, neue Herausforderungen anzunehmen und so das Unternehmen voranzubringen.

10

# Qualifizierung

Der Universitätsexperte in Werbung und Public Relations garantiert neben der strengsten und aktuellsten Ausbildung 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 Werbung und Public Relations** 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 Werbung und Public Relations**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **600 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.



## Universitätsexperte Werbung und Public Relations

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

# Universitätsexperte

## Werbung und Public Relations

