

Universitätsexperte

Werbekommunikation





Universitätsexperte Werbekommunikation

- » 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-werbekommunikation

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

Werbung ist eine große Quelle der Anziehungskraft für die Verbraucher, da sie durch die überzeugendsten Kommunikationsstrategien das notwendige Interesse weckt, das die Menschen zum Konsum anregt. Dieses Programm bietet den Studenten eine globale Sicht auf die Grundlagen des Werbesystems, die Merkmale des kreativen Prozesses und der Planung sowie die damit verbundenen sozialen Auswirkungen. Daher konzentriert sich der Studienplan auf die Kreativität in der Kommunikation und bietet den Studenten einen Überblick über kreatives Denken und dessen Anwendung auf den Bereich der Kommunikation. Durch diese akademische Reise werden die Studenten in der Lage sein, den Prozess der Erstellung einer Werbekampagne zu verstehen und sich anzueignen, wobei sie besonderes Augenmerk auf die überzeugende Kommunikation legen. Dadurch wird ihre Vorstellungskraft entwickelt und eine Einstellung geweckt, originelle Ideen in jedem kommunikativen Bereich zu entwickeln.



Universitätsexperte in Werbekommunikation.
TECH Technologische Universität



“

Mit diesem TECH-Programm können Sie
Experte für Werbekommunikation werden, eines
der gefragtesten kreativen Profile heutzutage”

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 Werbekommunikation stärken, neue Kompetenzen entwickeln und ihre Fähigkeiten für akademisches und berufliches Wachstum in einem wettbewerbsintensiven Umfeld verbessern wollen. So erfordert die Werbekommunikation ein Profil, das die Interessen der Marke, deren Kommunikation es verwaltet, zu verteidigen weiß und das Publikum, mit dem es interagiert, sowie das Produkt oder die Dienstleistung, die es verkauft, zu verstehen weiß. Nach dem Studium werden Sie in der Lage sein, die richtigen Entscheidungen mit einem globalen Fokus, einer innovativen Perspektive und einer internationalen Vision zu treffen.



“

Sie werden die verschiedenen Ebenen und Komponenten analysieren, aus denen sich das Sprachsystem zusammensetzt, sowie die diskursiven Produkte, die in den verschiedenen Texttypologien enthalten sind, und Sie werden eine erfolgreiche Copy erarbeiten"

TECH macht sich die Ziele seiner Studenten zu eigen.
Wir arbeiten zusammen, um sie zu erreichen.

Der **Universitätsexperte in Werbekommunikation** wird den Studenten zu Folgendem befähigen:

01

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

04

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

02

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



03

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

05

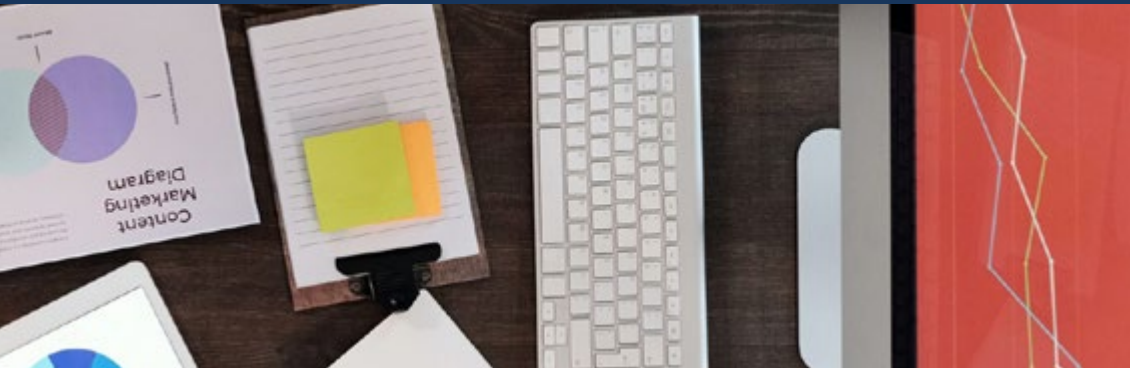
Wissen, wie man die Struktur von Werbeagenturen beschreibt

06

Identifizieren der Prozesse und Organisationsstrukturen der Werbung und Public Relations

08

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



09

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

07

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

10

Fördern von Kreativität und Überzeugungskraft durch verschiedene Medien und Kommunikationsmittel

11

Erkennen der wichtigen und geeigneten Instrumente für das Studium der Werbung und Öffentlichkeitsarbeit

12

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

13

Kennen der wichtigen und geeigneten Instrumente für das Studium der Werbung und der Öffentlichkeitsarbeit





14

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

15

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

16

Aneignen der erforderlichen Kenntnisse, um in allen Bereichen, Kanälen und Netzen angemessen zu kommunizieren und dabei die für den jeweiligen Kommunikationsstil geeigneten Sprachen zu verwenden

05

Struktur und Inhalt

Der Universitätsexperte in Werbekommunikation umfasst ein komplettes Programm, das in drei Module gegliedert ist, deren Inhalt von Fachleuten des Sektors ausgearbeitet wurde, so dass der Student mit allen Konzepten der aktuellen Werbesprache vertraut gemacht wird und ein vertieftes Wissen darüber erlangt, wie die Macht der verschiedenen eingesetzten Kommunikationsmittel funktioniert. Auf diese Weise beherrscht die Fachkraft die Schlüsselaspekte, die die Kommunikation durch qualitativ hochwertige Inhalte strukturieren, so dass ihr Profil in einem wettbewerbsorientierten Umfeld hervorsticht.



“

Drücken Sie Ihre Kreativität aus! Dieses Programm wird Sie zu den kreativen Grenzen der Überzeugung durch die verschiedenen Medien und Hilfsmittel führen"

Lehrplan

Der Universitätsexperte in Werbekommunikation der TECH Technologischen Universität ist ein intensives Programm, das die Studenten darauf vorbereitet, die Struktur der Kommunikation zu beherrschen, die sich auf den Bereich der Werbung konzentriert.

Der Inhalt des Universitätsexperten soll die Entwicklung von Managementfähigkeiten 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 Kommunikation auftreten können, die die Werbung zur Positionierung eines Produkts, einer Dienstleistung oder eines Unternehmens nutzt.

So werden die Studenten während der 450 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 die Struktur der Kommunikation, die sich auf die Kreativität der Sprache der Werbung konzentriert, und setzt auf die Verwendung des Lexikons, um eine Idee zu verkaufen. Ein Studienplan, der darauf abzielt, Fachleute im Unternehmensumfeld zu spezialisieren 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 sie darauf vorbereiten, Spitzenleistungen im Bereich der Werbekommunikation zu erbringen. Die innovativen Inhalte basieren auf den neuesten Trends und werden von der besten Lehrmethodik und einer außergewöhnlichen Fakultät unterstützt, die ihnen die Fähigkeiten vermittelt, sich in diesem Umfeld erfolgreich zu entwickeln.

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

Modul 1

Theorie der Werbung

Modul 2

Die Sprache der Werbung

Modul 3

Kreativität in der Kommunikation



Wo, wann und wie wird unterrichtet?

TECH bietet seinen Studenten die Möglichkeit, dieses Programm vollständig online zu absolvieren. Während dieser 6-monatigen Spezialisierung können sie jederzeit auf alle Inhalte dieses Programms zugreifen, so dass sie ihre Studienzzeit selbst verwalten können.

Vertiefen Sie sich in das Studium der Cybersicherheit und schaffen Sie es, Cyberangriffe in Ihrem Unternehmen zu verhindern.

Modul 1. Theorie der Werbung

1.1. Grundlagen der Werbung

- 1.1.1. Einführung
- 1.1.2. Grundlagen der Werbung und des Marketings
- 1.1.3. Werbung, Public Relations und Propaganda
- 1.1.4. Dimensionen und gesellschaftliche Bedeutung der zeitgenössischen Werbung
- 1.1.5. Erfolgreiche Werbung: KFC

1.2. Geschichte der Werbung

- 1.2.1. Einführung
- 1.2.2. Ursprung
- 1.2.3. Die industrielle Revolution und die Werbung
- 1.2.4. Die Entwicklung der Werbeindustrie
- 1.2.5. Werbung in der Welt des Internets
- 1.2.6. Erfolgreiche Werbung: die Fallstudie Coca-Cola

1.3. Werbung und ihre Akteure I: der Werbetreibende

- 1.3.1. Einführung
- 1.3.2. Die Funktionsweise der Werbeindustrie
- 1.3.3. Arten von Werbetreibenden
- 1.3.4. Werbung im Organigramm des Unternehmens
- 1.3.5. Erfolgreiche Werbung: Fallstudie Facebook

1.4. Werbung und ihre Akteure II: Werbeagenturen

- 1.4.1. Einführung
- 1.4.2. Die Werbeagentur: Profis der Werbekommunikation
- 1.4.3. Die Organisationsstruktur von Werbeagenturen
- 1.4.4. Arten von Werbeagenturen
- 1.4.5. Honorarverwaltung in Werbeagenturen
- 1.4.6. Erfolgreiche Werbung: Nike

1.5. Werbung und ihre Akteure III: der Werbeempfänger

- 1.5.1. Einführung
- 1.5.2. Der Werbeempfänger und sein Kontext
- 1.5.3. Der Werbeempfänger als Verbraucher
- 1.5.4. Bedürfnisse und Wünsche in der Werbung
- 1.5.5. Werbung und Gedächtnis: über die Wirksamkeit von Werbung
- 1.5.6. Erfolgreiche Werbung: die Fallstudie von Ikea

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

- 1.6.1. Einführung
- 1.6.2. Vorläufige Aspekte des kreativen Werbeprozesses
- 1.6.3. Der Werbeauftrag oder Kommunikationsauftrag
- 1.6.4. Die kreative Strategie
- 1.6.5. Medienstrategie

1.7. Der Prozess der Werbegestaltung II: Kreativität und Werbung

- 1.7.1. Einführung
- 1.7.2. Grundlagen der kreativen Arbeit von Werbern
- 1.7.3. Kreativität in der Werbung und ihr kommunikativer Status
- 1.7.4. Kreative Arbeit in der Werbung
- 1.7.5. Erfolgreiche Werbung: Fallstudie Real Madrid

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

- 1.8.1. Einführung
- 1.8.2. Kreative Konzeption und Strategie
- 1.8.3. Der kreative Designprozess
- 1.8.4. Die zehn grundlegenden Wege der Kreativität nach Lluis Bassat: Die Werbegesetze
- 1.8.5. Werbeformate
- 1.8.6. Erfolgreiche Werbung: McDonald's

1.9. Planung von Werbemitteln

- 1.9.1. Einführung
- 1.9.2. Medien und Planung
- 1.9.3. Werbemittel und ihre Klassifizierung
- 1.9.4. Tools für die Medienplanung
- 1.9.5. Erfolgreiche Werbung: Pepsi

1.10. Werbung, Gesellschaft und Kultur

- 1.10.1. Einführung
- 1.10.2. Die Beziehung zwischen Werbung und Gesellschaft
- 1.10.3. Werbung und Emotionen
- 1.10.4. Werbung, Themen und Dinge
- 1.10.5. Erfolgreiche Werbung: Burger King

Modul 2. Die Sprache der Werbung

2.1. Denken und Verfassen: Definition

- 2.1.1. Definition von Werbetexten
- 2.1.2. Historischer Hintergrund des Werbetextens und Stufen der Professionalisierung

2.2. Werbetexte und Kreativität

- 2.2.1. Bedingungen von Werbetexten
- 2.2.2. Sprachliche Kompetenz
- 2.2.3. Aufgaben des Werbetexters
- 2.2.4. Definition der Rolle des Werbetexters

2.3. Der Grundsatz der Kohärenz und die Konzeption der Kampagne

- 2.3.1. Der Grundsatz der Einheitlichkeit der Kampagne
- 2.3.2. Das kreative Team
- 2.3.3. Der Konzeptualisierungsprozess: verborgene Kreativität
- 2.3.4. Was ist ein Konzept?
- 2.3.5. Anwendungen des Konzeptualisierungsprozesses
- 2.3.6. Das Werbekonzept
- 2.3.7. Nützlichkeit und Vorteile des Werbekonzepts

2.4. Werbung und Rhetorik

- 2.4.1. Werbetexte und Rhetorik
- 2.4.2. Standort der Rhetorik
- 2.4.3. Die Phasen der Rhetorik

2.5. Grundlagen und Merkmale des Copywritings

- 2.5.1. Die Korrektur
- 2.5.2. Anpassung
- 2.5.3. Effektivität
- 2.5.4. Eigenschaften von Werbetexten
- 2.5.5. Morphologisch: Nominalisierung
- 2.5.6. Syntaktik: Destrukturierung
- 2.5.7. Grafiken: Betonte Zeichensetzung

2.6. Argumentationsstrategien

- 2.6.1. Die Beschreibung
- 2.6.2. Das Enthymem
- 2.6.3. Die Erzählung
- 2.6.4. Intertextualität

2.7. Stile und Slogans im Copywriting

- 2.7.1. Die Länge des Satzes
- 2.7.2. Die Stile
- 2.7.3. Der Slogan
- 2.7.4. Ein Satz aus der Kriegszeit
- 2.7.5. Die Merkmale des Slogans
- 2.7.6. Die Formulierung des Slogans
- 2.7.7. Die Formen des Slogans
- 2.7.8. Die Funktionen des Slogans

2.8. Grundsätze des angewandten Copywritings und das Binom Reason Why+USP

- 2.8.1. Strenge, Klarheit, Präzision
- 2.8.2. Synthese und Einfachheit
- 2.8.3. Bedingungen des Werbetextes
- 2.8.4. Anwendung des Binoms Reason Why + USP

2.9. Copywriting in konventionellen und nicht-konventionellen Medien

- 2.9.1. Die Division above-the-line/below-the-line
- 2.9.2. Integration: Überwindung der Kontroverse zwischen ATL und BTL
- 2.9.3. Copywriting für das Fernsehen
- 2.9.4. Copywriting für das Radio
- 2.9.5. Copywriting für die Presse
- 2.9.6. Copywriting für Außenbereiche
- 2.9.7. Copywriting für nicht-konventionelle Medien
- 2.9.8. Copywriting im Direktmarketing
- 2.9.9. Copywriting für interaktive Medien

2.10. Kriterien für die Bewertung von Werbetexten und anderen Textvorlagen

- 2.10.1. Klassische Modelle der Werbeanalyse
- 2.10.2. Auswirkungen und Relevanz
- 2.10.3. Die check-list des Redakteurs
- 2.10.4. Übersetzung und Anpassung von Werbetexten
- 2.10.5. Neue Technologien, neue Sprachen
- 2.10.6. Schreiben im Web 2.0
- 2.10.7. Naming, Guerrilla-Werbung und andere Fälle von Copywriting

Modul 3. Kreativität in der Kommunikation

3.1. Schaffen heißt denken

- 3.1.1. Die Kunst des Denkens
- 3.1.2. Kreatives Denken und Kreativität
- 3.1.3. Gedanke und Gehirn
- 3.1.4. Die Forschungslinien zur Kreativität: Systematisierung

3.2. Art des kreativen Prozesses

- 3.2.1. Die Natur der Kreativität
- 3.2.2. Der Begriff der Kreativität: Schöpfung und Kreativität
- 3.2.3. Die Schaffung von Ideen im Dienste einer überzeugenden Kommunikation
- 3.2.4. Art des kreativen Prozesses in der Werbung

3.3. Die Erfindung

- 3.3.1. Evolution und historische Analyse des Schöpfungsprozesses
- 3.3.2. Die Natur des klassischen Kanons der Erfindungen
- 3.3.3. Die klassische Auffassung der Inspiration als Ursprung der Ideen
- 3.3.4. Erfindung, Inspiration, Überzeugung

3.4. Rhetorik und persuasive Kommunikation

- 3.4.1. Rhetorik und Werbung
- 3.4.2. Die rhetorischen Elemente der persuasiven Kommunikation
- 3.4.3. Rhetorische Figuren
- 3.4.4. Rhetorische Regeln und Funktionen der Werbesprache

3.5. Kreatives Verhalten und Persönlichkeit

- 3.5.1. Kreativität als persönliche Eigenschaft, als Produkt und als Prozess
- 3.5.2. Kreatives Verhalten und Motivation
- 3.5.3. Wahrnehmung und kreatives Denken
- 3.5.4. Die Elemente der Kreativität

3.6. Kreative Fähigkeiten und Fertigkeiten

- 3.6.1. Denksysteme und Modelle der kreativen Intelligenz
- 3.6.2. Guilfords dreidimensionales Modell der Struktur des Intellekts
- 3.6.3. Wechselwirkung zwischen Faktoren und Fähigkeiten des Intellekts
- 3.6.4. Kreative Fertigkeiten
- 3.6.5. Kreative Fähigkeiten

3.7. Die Phasen des kreativen Prozesses

- 3.7.1. Kreativität als Prozess
- 3.7.2. Die Phasen des kreativen Prozesses
- 3.7.3. Die Phasen des kreativen Prozesses in der Werbung

3.8. Die Lösung von Problemen

- 3.8.1. Kreativität und Problemlösungsfähigkeit
- 3.8.2. Wahrnehmungsblockaden und emotionale Blockaden
- 3.8.3. Methodik der Erfindung: kreative Programme und Methoden

3.9. Die Methoden des kreativen Denkens

- 3.9.1. Brainstorming als Modell zur Ideenfindung
- 3.9.2. Vertikales Denken und Querdenken
- 3.9.3. Methodik der Erfindung: kreative Programme und Methoden

3.10. Kreativität und werbliche Kommunikation

- 3.10.1. Der kreative Prozess als spezifisches Produkt der Werbekommunikation
- 3.10.2. Die Natur des kreativen Prozesses in der Werbung: Kreativität und der kreative Prozess in der Werbung
- 3.10.3. Methodische Grundsätze und Auswirkungen der Werbegestaltung
- 3.10.4. Gestaltung von Werbung: vom Problem zur Lösung
- 3.10.5. Kreativität und persuasive Kommunikation



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.



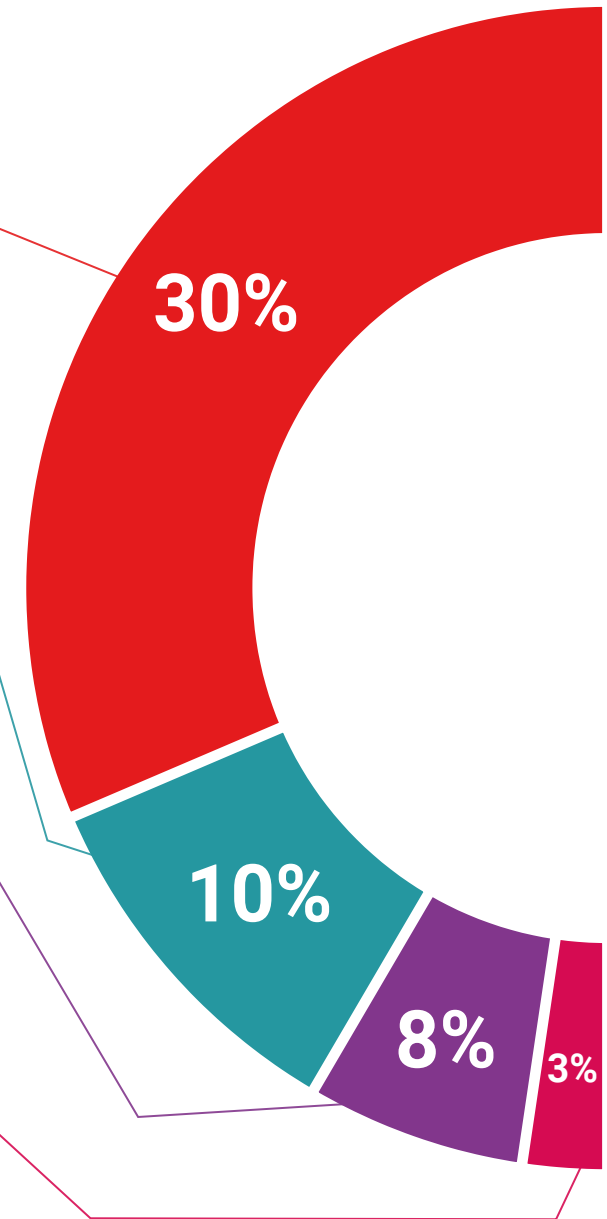
Praxis der Managementfähigkeiten

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 aus den Bereichen Journalismus, Kommunikation und Wirtschaft, die sich im Bereich der Werbekommunikation profilieren möchten. So können sie die geeignetsten Konzepte und Strategien lernen, um überzeugende Kampagnen zu erstellen, die ein größeres Publikum ansprechen. Die Vielfalt der Teilnehmer mit unterschiedlichen akademischen Profilen und mehreren Nationalitäten macht den multidisziplinären Ansatz dieses Programms aus.





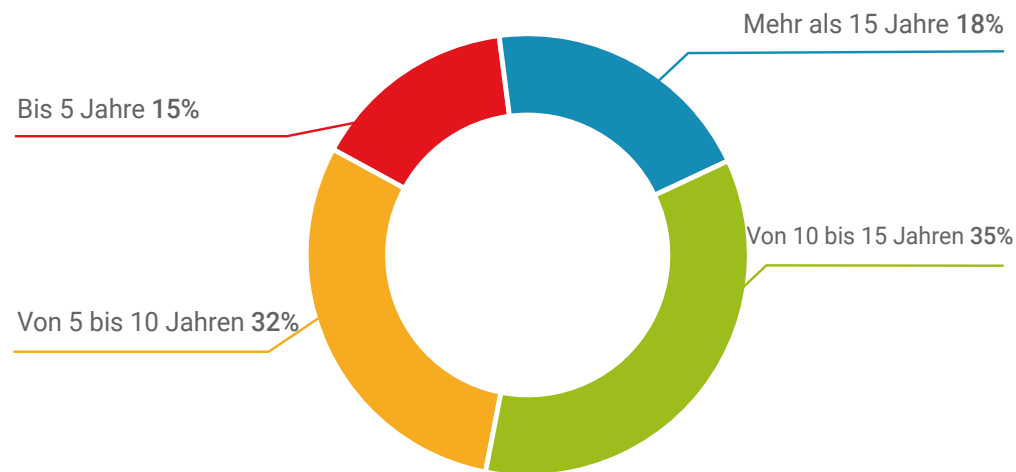
“

*Richten Sie Ihre Karriere auf die
Werbekommunikation aus, und es
wird sich Ihnen eine breite Palette
von Karrieremöglichkeiten eröffnen"*

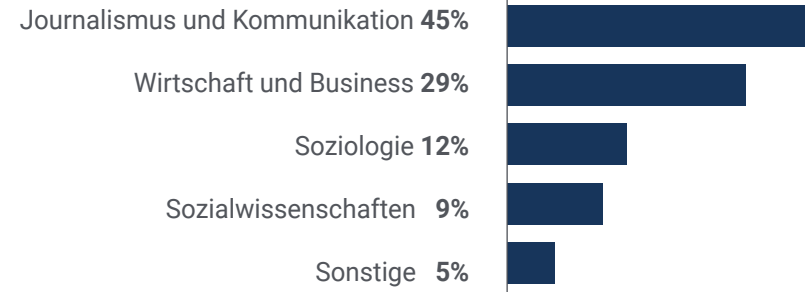
Durchschnittliches Alter

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

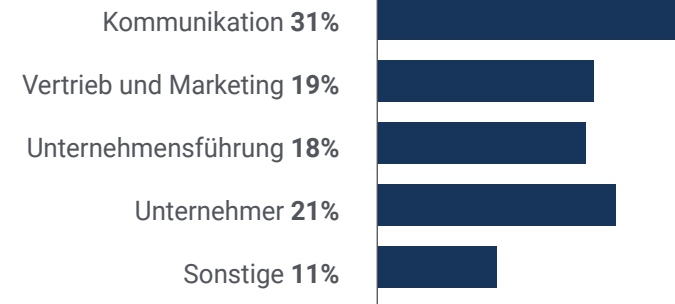
Jahre der Erfahrung



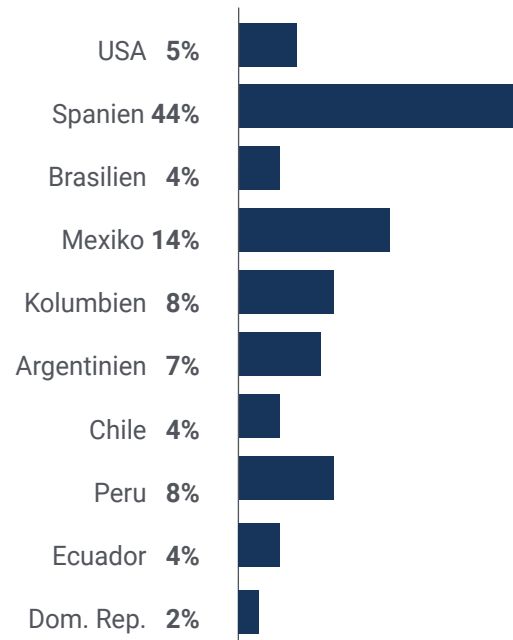
Ausbildung



Akademisches Profil



Geografische Verteilung



Julio Ponce

Freelance Copywriter

"Ich habe mich vor kurzem auf das Schreiben von Werbetexten konzentriert und musste mein Wissen über wirklich überzeugende Werbetechniken vertiefen, um meine freiberufliche Arbeit in einem Sektor, in dem es immer mehr Konkurrenz gibt, hervorzuheben. Dieser Universitätsexperte hat meine Erwartungen mehr als erfüllt, ich bin sehr zufrieden mit dem Ergebnis"

08

Auswirkung auf Ihre Karriere

Die TECH Technologische Universität 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.



“

Studieren Sie bei TECH und Sie werden Ihre Chancen auf beruflichen Erfolg erhöhen"

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

Der TECH-Universitätsexperte in Werbekommunikation ist ein intensives Programm, das die Studenten auf die Herausforderungen und Geschäftsentscheidungen im Bereich vorbereitet und sie in einem globalen Sektor mit einer eigenen Sprache schult. Daher besteht das Hauptziel darin, die persönliche und berufliche Entwicklung der Studenten zu fördern, um in diesem Arbeitsbereich erfolgreich zu sein.

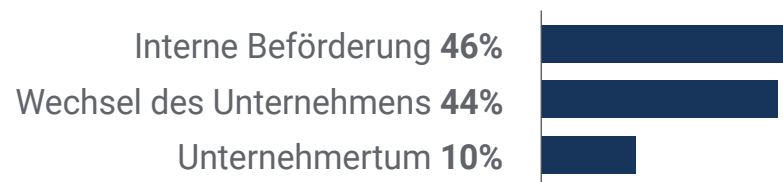
Je früher Sie mit diesem Programm beginnen, desto schneller werden Sie Ihr Karriereziel erreichen.

Wenn Sie Ihre Karriere positiv verändern wollen, wird Ihnen der Universitätsexperte in Werbekommunikation dabei helfen.

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 Werbekommunikation trägt dazu bei, die Talente des Unternehmens auf ihr maximales Potenzial zu heben, indem er hochrangige Führungskräfte fördert.

Die Teilnahme an diesem Universitätsexperten ist eine einmalige Gelegenheit, ein leistungsfähiges Kontaktnetz zu knüpfen, um künftige Geschäftspartner, Kunden oder Lieferanten zu finden.



“

Treiben Sie Ihre Kreativität auf die Spitze und leben Sie von Ihren Ideen. Spezialisieren Sie sich mit TECH auf Werbekommunikation und erreichen Sie den Karrieresprung, den Sie verdienen"

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 Werbekommunikation 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 Werbekommunikation** 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: Universitätsexperte in Werbekommunikation

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: 450 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 Werbekommunikation

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

Universitätsexperte

Werbekommunikation

