

Praktische Ausbildung Werbekommunikation



tech



tech

Praktische Ausbildung
Werbekommunikation

Index

01

Einführung

Seite 4

02

Warum diese Praktische
Ausbildung absolvieren?

Seite 6

03

Ziele

Seite 8

04

Planung des Unterrichts

Seite 12

05

Wo kann ich die Praktische
Ausbildung absolvieren?

Seite 14

06

Allgemeine Bedingungen

Seite 16

07

Qualifizierung

Seite 18

01 Einführung

Die Werbekommunikation entwickelt sich ständig weiter, angetrieben durch die Digitalisierung und die sozialen Medien. Tatsächlich ändern Marken ihre Strategien, um mit einem zunehmend segmentierten und anspruchsvollen Publikum in Kontakt zu treten, und nutzen Technologien wie künstliche Intelligenz und *Big-Data*-Analysen, um Botschaften zu personalisieren und ihre Wirkung in Echtzeit zu messen. Darüber hinaus definiert die Tendenz zu sozialer Verantwortung und Nachhaltigkeit die Werbeinhalte neu, da die Authentizität und das ethische Engagement der Unternehmen zunehmend geschätzt werden. Vor diesem Hintergrund hat TECH diese dreiwöchige Qualifizierung entwickelt, bei der der Spezialist in ein Team integriert wird, das sich mit der Werbekommunikation auskennt, und sich über die neuesten Verfahren und Instrumente informiert.

“

Mit dieser praktischen Ausbildung werden Sie nicht nur auf den neuesten Stand der Werbetheorien und Strategien gebracht, sondern Sie werden auch die Möglichkeit haben, an realen Projekten zu arbeiten und ein greifbares Portfolio zu entwickeln“





Die Werbekommunikation befindet sich in ständiger Entwicklung, angetrieben durch den technologischen Fortschritt und die Veränderung der Mediennutzungsgewohnheiten. So haben digitale Marketingstrategien eine führende Rolle eingenommen, wobei der Schwerpunkt zunehmend auf Personalisierung und Publikumssegmentierung durch Instrumente wie *Big Data* und künstliche Intelligenz liegt. Darüber hinaus sind soziale Medien und *Streaming*-Plattformen zu wichtigen Kanälen geworden, um die Verbraucher zu erreichen, und erleichtern die Erstellung von interaktiven Kampagnen und viralen Inhalten. Und da der beste Weg, diese notwendigen Fähigkeiten zu perfektionieren, in der Praxis liegt, hat TECH ein 150-stündiges Programm in einem renommierten Werbeunternehmen entwickelt.

So wird der Student drei Wochen lang Teil eines Teams erstklassiger Spezialisten sein, mit denen er im Dienste von Kunden arbeitet, die Marketing- und Werbedienstleistungen benötigen. Auf diese Weise lernt er nicht nur die wirksamsten Werbestrategien kennen, sondern kann auch grundlegende Fähigkeiten wie Kreativität, Anpassung an neue Formate und Erzählungen, die in einem informationsgesättigten Umfeld Aufmerksamkeit erregen, vertiefen.

Während des Aufenthalts wird der Student von einem Tutor unterstützt, der sicherstellt, dass die Anforderungen, für die die praktische Ausbildung konzipiert wurde, erfüllt werden. So wird der Spezialist mit absoluter Sicherheit im Umgang mit den innovativsten Werbemitteln arbeiten, sowie in der Anwendung der Strategien mit den besten Ergebnissen heutzutage.

02

Warum diese Praktische Ausbildung absolvieren?

Diese praktische Ausbildung in der Werbekommunikation ist für diejenigen, die in der Branche erfolgreich sein wollen, von entscheidender Bedeutung, da sie Theorie und praktische Erfahrung verbindet und eine umfassende Vorbereitung bietet. Die Fachkräfte können an realen Projekten arbeiten und dabei aktuelle Tools und Technologien einsetzen, was ihre technischen und kreativen Fähigkeiten stärkt. Darüber hinaus erleichtert die praktische Ausbildung den Aufbau eines soliden Portfolios, das unerlässlich ist, um sich in einem wettbewerbsorientierten Arbeitsumfeld zu behaupten. Während der drei intensiven Wochen werden die Journalisten in ein multidisziplinäres Arbeitsteam integriert, in dem sie ihren Kunden Werbedienstleistungen anbieten und alle erhaltenen Aufträge effizient erfüllen können.



Sie werden Fähigkeiten und Kenntnisse erwerben, die in der Berufswelt sofort anwendbar sind und Sie darauf vorbereiten, die Herausforderungen der modernen Werbekommunikation zu meistern“

1. Aktualisierung basierend auf der neuesten verfügbaren Technologie

Zu den wichtigsten Innovationen in der Werbekommunikation gehört der Einsatz von künstlicher Intelligenz und *maschinellem Lernen*, die die Erstellung hochgradig personalisierter und segmentierter Kampagnen in Echtzeit ermöglichen. Analyseplattformen für *Big Data* bieten ebenfalls tiefe *Insights* in das Verbraucherverhalten und ermöglichen effektivere und präzisere Strategien. Darüber hinaus verändern erweiterte Realität und virtuelle Realität das Nutzererlebnis und bieten immersivere und unvergessliche Interaktionen.

2. Auf die Erfahrung der besten Spezialisten zurückgreifen

Das große Team von Fachkräften, das den Spezialisten während der gesamten Praxiszeit begleitet, stellt eine erstklassige Gewähr und eine beispiellose Aktualisierungsgarantie dar. Mit einem bestimmten Tutor können die Studenten in einem hochmodernen Umfeld an realen Projekten arbeiten, die es ihnen ermöglichen, die wirksamsten Verfahren und Instrumente der Werbekommunikation in ihre tägliche Praxis einzubinden.

3. Einstieg in erstklassige professionelle Umgebungen

TECH wählt alle für die praktische Ausbildung verfügbaren Zentren sorgfältig aus. Dadurch wird dem Spezialisten der Zugang zu einem angesehenen Arbeitsumfeld im Bereich der Werbekommunikation garantiert. Auf diese Weise kann er den Arbeitsalltag in einem anspruchsvollen, intensiven und erschöpfenden Arbeitsbereich erleben und dabei stets die neuesten Strategien und Techniken in seiner Arbeitsmethodik anwenden.

4. Das Gelernte von Anfang an in die tägliche Praxis umsetzen

Der akademische Markt ist voll von Lehrprogrammen, die schlecht an den Arbeitsalltag von Fachkräften angepasst sind und lange Unterrichtszeiten erfordern, die oft nicht mit dem Privat- und Berufsleben vereinbar sind. Aus diesem Grund bietet TECH ein neues, zu 100% praxisorientiertes Lernmodell an, das es ihnen ermöglicht, in nur 3 Wochen große Projekte im Bereich der Werbekommunikation zu betreuen und vor allem in die berufliche Praxis umzusetzen.

5. Öffnung für neue Möglichkeiten

Die wachsende Bedeutung sozialer Medien und von Nutzern erstellter Inhalte bietet neue Möglichkeiten für eine direkte und authentische Interaktion mit Verbrauchern. Auch der Aufstieg neuer Plattformen und innovativer Formate wie Influencer Marketing erweitert die kreativen und reichweitenstarken Möglichkeiten. Indem sie diese Tendenzen im Auge behalten und sich schnell an die Marktveränderungen anpassen, werden Fachkräfte der Werbekommunikation einzigartige Möglichkeiten entdecken, sich von der Masse abzuheben, den Wiedererkennungswert der Marke zu stärken und eine bedeutende Wirkung zu erzielen.



Sie werden in dem Zentrum Ihrer Wahl vollständig in die Praxis eintauchen"

03 Ziele

Die Ziele dieser praktischen Ausbildung bestehen darin, Fachkräften ein vertieftes und angewandtes Verständnis für moderne Werbestrategien zu vermitteln und wesentliche Kompetenzen für den Erfolg in diesem Bereich zu entwickeln. Dazu gehört die Fähigkeit, wirksame Werbekampagnen zu entwerfen und durchzuführen, digitale Tools und Social-Media-Plattformen zu nutzen und die Wirkung und Rentabilität von Kampagnen zu analysieren. Darüber hinaus werden Kreativität und Innovation gefördert, so dass sie strategisch denken und sich schnell an Markttrends und Veränderungen anpassen können.



Allgemeine Ziele

- ♦ Analysieren aktueller Werbetrends, einschließlich digitaler und traditioneller Methoden, um zu verstehen, wie wirksame Kampagnen gestaltet werden können
- ♦ Planen, Entwickeln und Einführen von Werbekampagnen, die die Marketing- und Kommunikationsziele einer Marke erfüllen
- ♦ Kennenlernen der führenden Social-Media-Management-, Datenanalyse- und Marketing-Automatisierungs-Tools, um die Reichweite und Wirksamkeit von Kampagnen zu optimieren
- ♦ Entwickeln von Fähigkeiten in der Interpretation von Metriken und der Analyse von Ergebnissen, um den Erfolg von Werbekampagnen zu bewerten
- ♦ Generieren neuartiger und kreativer Ideen, die die Aufmerksamkeit des Zielpublikums erregen und die Marke in einem wettbewerbsintensiven Markt differenzieren



- ♦ Erkennen und Antizipieren neuer Tendenzen in der Werbung und entsprechende Anpassung der Strategien, um die Relevanz und Wirksamkeit der Kampagnen zu erhalten
- ♦ Stärken der zwischenmenschlichen Fähigkeiten, die für eine effektive Arbeit in multidisziplinären Teams und für die Kommunikation mit Kunden und *Stakeholdern* erforderlich sind
- ♦ Erstellen und Sammeln von Arbeiten und Projekten, die während der Ausbildung abgeschlossen wurden, die die erworbenen Fähigkeiten demonstrieren und als greifbarer Kompetenznachweis für zukünftige Arbeitgeber dienen

“

Sie werden darauf vorbereitet, den Herausforderungen der heutigen Werbewelt mit Selbstvertrauen und Kompetenz zu begegnen, und verfügen über ein praktisches Portfolio und ein professionelles Netzwerk, das Ihnen Möglichkeiten in der Branche eröffnen wird“



Spezifische Ziele

- ♦ Erstellen von ansprechenden und effektiven visuellen Inhalten, die die Markenbotschaft auf eindrucksvolle und einprägsame Weise vermitteln
- ♦ Beherrschen von Spezialsoftware für Grafikdesign, Videobearbeitung, Social-Media-Management und Datenanalyse zur Durchführung hochwertiger Werbekampagnen
- ♦ Verbessern der Fähigkeiten zum Verfassen von Werbetexten, um überzeugende und fesselnde Werbebotschaften zu verfassen, die das Interesse der Zielgruppen wecken und zum Handeln anregen
- ♦ Verstehen der psychologischen Faktoren, die das Verbraucherverhalten beeinflussen, und Anwendung dieses Wissens bei der Entwicklung wirksamer Werbestrategien
- ♦ Informieren über die neuesten Innovationen in der Werbetechnologie, wie z. B. erweiterte Realität, künstliche Intelligenz und Influencer Marketing, und integrieren diese kreativ in Kampagnen
- ♦ Üben der Entwicklung umfassender und effektiver Vorschläge für Werbekampagnen und Entwicklung von Präsentationsfähigkeiten, um diese überzeugend an potenzielle Kunden zu kommunizieren
- ♦ Arbeiten an Projekten der Werbekommunikation mit Fachkräften aus verschiedenen Bereichen, wie Grafikdesignern, Textern, Datenanalysten und Projektmanagern, um die Fähigkeit zur Zusammenarbeit und Teamarbeit zu entwickeln
- ♦ Verwenden von Metriken und Analyseinstrumenten, um den Erfolg von Werbekampagnen zu bewerten und bei Bedarf Anpassungen vorzunehmen, um die Leistung zu optimieren





“

Diese praktische Ausbildung ermöglicht Ihnen ein direktes Eintauchen in das Arbeitsumfeld, so dass Sie theoretische Konzepte in realen Situationen anwenden und wesentliche praktische Fähigkeiten entwickeln können“

04

Planung des Unterrichts

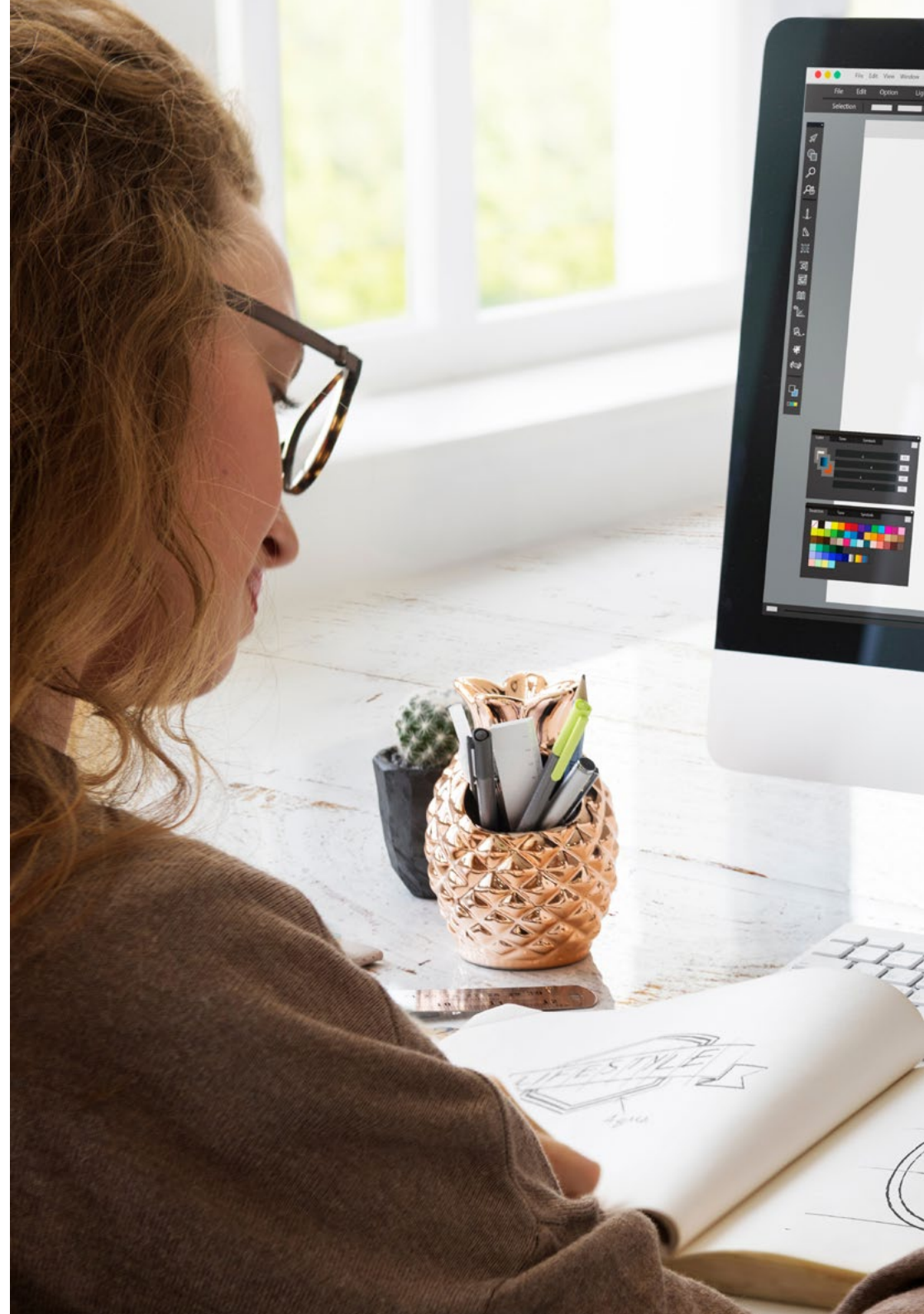
Die praktische Ausbildung dieses Studiengangs in Werbekommunikation besteht aus einem dreiwöchigen Praktikum in einem erstklassigen Unternehmen, von Montag bis Freitag und mit 8 aufeinanderfolgenden Stunden praktischer Ausbildung, immer in Begleitung eines Spezialisten. Dieses Praktikum ermöglicht es den Studenten, mit einem Team von führenden Fachkräften aus dem Bereich Marketing und Werbung an realen Projekten zu arbeiten und dabei die innovativsten und erfolgreichsten rechtlichen Strategien anzuwenden.

In diesem völlig praktischen Ausbildungsangebot zielen die Aktivitäten auf die Entwicklung und Verbesserung der notwendigen Fähigkeiten für die Erbringung von Werbedienstleistungen für Privatpersonen und Institutionen sowie auf eine spezifische Ausbildung für die Ausübung der Tätigkeit ab.

Es handelt sich zweifellos um eine Gelegenheit, durch die Arbeit in Unternehmen, die auf Werbekommunikation spezialisiert sind, zu lernen, indem sie an realen Projekten teilnehmen, bei denen die Kenntnisse der Spezialisten geprüft werden. Es handelt sich also um eine neue Art, die neuesten Werbestrategien und Werkzeuge zu verstehen und zu integrieren, und macht ein Zentrum zu einem idealen Lehrszenario für diese innovative Erfahrung zur Verbesserung der beruflichen Fähigkeiten.

Der praktische Unterricht wird unter aktiver Beteiligung der Studenten durchgeführt, die die Aktivitäten und Verfahren jedes Kompetenzbereichs ausführen (Lernen zu lernen und zu tun), mit der Begleitung und Anleitung von Dozenten und anderen Trainingspartnern, die Teamarbeit und multidisziplinäre Integration als transversale Kompetenzen für die Praxis der Werbekommunikation fördern (Lernen zu sein und Lernen in Beziehung zu treten).

Die im Folgenden beschriebenen Verfahren bilden die Grundlage für den praktischen Teil der Ausbildung. Ihre Durchführung hängt von der Verfügbarkeit und Arbeitsbelastung des Zentrums ab:





Modul	Praktische Tätigkeit
Design und Kreativität	Mitwirken an der Entwicklung von kreativen Konzepten für Werbekampagnen
	Erstellen visueller Inhalte, einschließlich Grafiken, Bilder und Videos
	Teilnehmen an <i>Brainstorming</i> -Sitzungen und der Entwicklung von <i>Storyboards</i>
	Entwerfen von Werbematerialien wie <i>Broschüren</i> , <i>Bannern</i> und digitaler Werbung
Projektmanagement	Mitwirken bei der Planung und Durchführung von Werbekampagnen
	Koordinieren der Logistik von Werbeveranstaltungen und Markenaktivierungen
	Überwachen des Projektfortschritts und Aktualisieren von Arbeitsplänen
	Zusammenarbeiten mit internen und externen Teams, um die rechtzeitige Lieferung von Projekten zu gewährleisten
Kommunikation und zwischenmenschliche Beziehungen	Mitwirken bei der Erstellung von Pressemitteilungen und Inhalten für soziale Medien
	Aufrechterhalten der Kommunikation mit Kunden und Lieferanten zur Koordinierung von Aktivitäten
	Mitwirken bei internen und externen Besprechungen, Anfertigung von Notizen und Nachbereitung
Forschung und Analyse	Unterstützen bei der Verwaltung der sozialen Netzwerke des Unternehmens, Beantworten von Kommentaren und Nachrichten von Followern
	Sammeln von Daten über Entwicklungen auf dem Werbemarkt
	Analysieren von Wettbewerbern und deren Kommunikationsstrategien
	Durchführen von Marktforschung und Publikumsanalysen
	Erforschen neuer und aufkommender Werbeplattformen und -technologien

05

Wo kann ich die Praktische Ausbildung absolvieren?

In ihrem Bestreben, den meisten Menschen eine qualitativ hochwertige Ausbildung zu bieten, hat die TECH beschlossen, ihren akademischen Horizont zu erweitern, damit diese praktische Ausbildung in verschiedenen Zentren landesweit durchgeführt werden kann. Dies ist eine einzigartige Gelegenheit, die es der Fachkraft ermöglicht, ihre Karriere an der Seite der besten Spezialisten des Sektors weiterzuentwickeln.

“

Sie können Ihre 3-wöchige praktische Ausbildung in einem renommierten Unternehmen, das auf Werbekommunikation spezialisiert ist, unter der Leitung der besten Experten in diesem Bereich absolvieren“





Der Student kann diese Ausbildung in den folgenden Zentren absolvieren:



Journalismus und Kommunikation

Marallavi Films

Land
Spanien

Stadt
Alicante

Adresse: Calle Poeta Campos Vasallo, nº38,
03004, Alicante

Audiovisuelle Produktionsfirma in Alicante, die Unternehmensvideos, institutionelle Werbevideos und Werbespots anbietet

Verwandte Praktische Ausbildungen:
-Werbekommunikation



Journalismus und Kommunikation

Bmovie Projects

Land
Spanien

Stadt
Alicante

Adresse: Calle Italia 33, Bajo Izq,
CP 03003, Alicante

Werbung, Design und audiovisuelle Produktionsdienstleistungen in den Bereichen Film, Kunst und Kultur, mit multidisziplinären Fachkräften

Verwandte Praktische Ausbildungen:
-Multimedia-Kommunikation
-Werbekommunikation

06

Allgemeine Bedingungen

Zivile Haftpflichtversicherung

Das Hauptanliegen dieser Einrichtung ist es, die Sicherheit sowohl der Fachkräfte im Praktikum als auch der anderen am Praktikum beteiligten Personen im Unternehmen zu gewährleisten. Zu den Maßnahmen, mit denen dies erreicht werden soll, gehört auch die Reaktion auf Zwischenfälle, die während des gesamten Lehr- und Lernprozesses auftreten können.

Zu diesem Zweck verpflichtet sich diese Bildungseinrichtung, eine Haftpflichtversicherung abzuschließen, die alle Eventualitäten abdeckt, die während des Aufenthalts im Praktikumszentrum auftreten können.

Diese Haftpflichtversicherung für die Fachkräfte im Praktikum hat eine umfassende Deckung und wird vor Beginn der Praktischen Ausbildung abgeschlossen. Auf diese Weise muss sich der Berufstätige keine Sorgen machen, wenn er mit einer unerwarteten Situation konfrontiert wird, und ist bis zum Ende des praktischen Programms in der Einrichtung abgesichert



Allgemeine Bedingungen der Praktischen Ausbildung

Die allgemeinen Bedingungen des Praktikumsvertrags für das Programm lauten wie folgt:

1. BETREUUNG: Während der Praktischen Ausbildung werden dem Studenten zwei Tutoren zugeteilt, die ihn während des gesamten Prozesses begleiten und alle Zweifel und Fragen klären, die auftauchen können. Einerseits gibt es einen professionellen Tutor des Praktikumszentrums, der die Aufgabe hat, den Studenten zu jeder Zeit zu begleiten und zu unterstützen. Andererseits wird dem Studenten auch ein akademischer Tutor zugewiesen, dessen Aufgabe es ist, den Studenten während des gesamten Prozesses zu koordinieren und zu unterstützen, Zweifel zu beseitigen und ihm alles zu erleichtern, was er braucht. Auf diese Weise wird die Fachkraft begleitet und kann alle Fragen stellen, die sie hat, sowohl praktischer als auch akademischer Natur.

2. DAUER: Das Praktikumsprogramm umfasst drei zusammenhängende Wochen praktischer Ausbildung in 8-Stunden-Tagen an fünf Tagen pro Woche. Die Anwesenheitstage und der Stundenplan liegen in der Verantwortung des Zentrums und die Fachkraft wird rechtzeitig darüber informiert, damit sie sich organisieren kann.

3. NICHTERSCHEINEN: Bei Nichterscheinen am Tag des Beginns der Praktischen Ausbildung verliert der Student den Anspruch auf diese ohne die Möglichkeit einer Rückerstattung oder der Änderung der Daten. Eine Abwesenheit von mehr als zwei Tagen vom Praktikum ohne gerechtfertigten/medizinischen Grund führt zum Rücktritt vom Praktikum und damit zu seiner automatischen Beendigung. Jedes Problem, das im Laufe des Praktikums auftritt, muss dem akademischen Tutor ordnungsgemäß und dringend mitgeteilt werden.

4. ZERTIFIZIERUNG: Der Student, der die Praktische Ausbildung bestanden hat, erhält ein Zertifikat, das den Aufenthalt in dem betreffenden Zentrum bestätigt.

5. ARBEITSVERHÄLTNIS: Die Praktische Ausbildung begründet kein Arbeitsverhältnis irgendeiner Art.

6. VORBILDUNG: Einige Zentren können für die Teilnahme an der Praktischen Ausbildung eine Bescheinigung über ein vorheriges Studium verlangen. In diesen Fällen muss sie der TECH-Praktikumsabteilung vorgelegt werden, damit die Zuweisung des gewählten Zentrums bestätigt werden kann.

7. NICHT INBEGRIFFEN: Die Praktische Ausbildung beinhaltet keine Elemente, die nicht in diesen Bedingungen beschrieben sind. Daher sind Unterkunft, Transport in die Stadt, in der das Praktikum stattfindet, Visa oder andere nicht beschriebene Leistungen nicht inbegriffen.

Der Student kann sich jedoch an seinen akademischen Tutor wenden, wenn er Fragen hat oder Empfehlungen in dieser Hinsicht erhalten möchte. Dieser wird ihm alle notwendigen Informationen geben, um die Verfahren zu erleichtern.

07 Qualifizierung

Dieser **Praktische Ausbildung 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 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: **Praktische Ausbildung in Werbekommunikation**

Dauer: **3 Wochen**

Anwesenheit: **Montag bis Freitag, 8-Stunden-Schichten**



tech

Praktische Ausbildung
Werbekommunikation

Praktische Ausbildung Werbekommunikation



tech