

Praktische Ausbildung Werbung und Öffentlichkeitsarbeit



tech



tech

Praktische Ausbildung
Werbung und Öffentlichkeitsarbeit

Index

01

Einführung

Seite 4

02

Warum diese Praktische
Ausbildung absolvieren?

Seite 6

03

Ziele

Seite 8

04

Planung des Unterrichts

Seite 10

05

Wo kann ich die Praktische
Ausbildung absolvieren?

Seite 12

06

Allgemeine Bedingungen

Seite 14

07

Qualifizierung

Seite 16

01 Einführung

Coca Cola, Netflix, Apple, McDonald's oder *Nestlé* sind eindeutige Beispiele für die Macht der Werbung, die es nicht nur ermöglicht, Unternehmen von Weltrang an die Spitze des Wettbewerbs zu bringen, sondern sie auch zu Fall zu bringen und durch unglückliche Kampagnen sogar zu vernichten. Es ist ein zweischneidiges Schwert geworden, dessen Beherrschung den Unterschied zwischen Erfolg und Misserfolg ausmachen kann. Und da Kreativität allein nicht ausreicht, hat TECH ein äußerst praxisorientiertes Programm entwickelt, das den Studenten die Möglichkeit bietet, ein 120-stündiges Praktikum in einem führenden Unternehmen im Bereich Werbung und Öffentlichkeitsarbeit zu absolvieren, wo sie durch die Beherrschung der wichtigsten Strategien, insbesondere im digitalen Umfeld, die notwendigen Erfahrungen für den Zugang zu angesehenen Positionen auf dem Arbeitsmarkt sammeln können.



Ein Programm, das Sie umfassend und praxisorientiert in die Werbung im Offline und Online Umfeld einführt, so dass Sie Projekte aller Art übernehmen können“





Alle großen Unternehmen, die auf einen großen Markt abzielen, müssen über Teams für Werbung und Öffentlichkeitsarbeit verfügen, die mit dem Ziel arbeiten, interessante Kommunikationsverbindungen mit der Öffentlichkeit zu schaffen, die für die Verbesserung des Rufs, die Schaffung eines Markenimages, die Kundenbindung und letztlich die Steigerung des Umsatzes und damit der Gewinne von grundlegender Bedeutung sind. Dieses Programm von TECH fördert dieses dringend benötigte Wissen bei Fachkräften aus dem Bereich Journalismus und Kommunikation durch einen intensiven Praxisaufenthalt in einem der besten Unternehmen des Sektors und erreicht damit sein Hauptziel, sie zu den besten Spezialisten auf diesem Gebiet zu machen.

Die Abteilungen für Werbung und Öffentlichkeitsarbeit von Unternehmen gehören zu den wichtigsten, da sie die externe Kommunikation verbessern, Meinungen und Kundenbeziehungen fördern, Vertrauen bei den Verbrauchern schaffen und sie zum Kaufen anregen. Schließlich setzen sie die gesamte kommerzielle Maschinerie in Bewegung, um die Marke bekannt zu machen und eine größere Wettbewerbsfähigkeit auf dem Markt zu erreichen. Aus diesem Grund hat das Engagement in diesen Bereichen in den letzten Jahren ein exponentielles Wachstum begünstigt, sowohl was das Angebot an Arbeitskräften als auch was die Nachfrage betrifft.

So suchen die Unternehmen nicht nur nach Fachkräften mit einem Abschluss in diesem Bereich, sondern auch nach solchen, die nachweisen können, dass sie all diese Kenntnisse optimal auf ihre tägliche Arbeit übertragen können. In diesem Sinne wird diese praktische Ausbildung es den Studenten ermöglichen, all jene Fähigkeiten zu entwickeln, die sie bei der Umsetzung von Werbekampagnen und Strategien der Öffentlichkeitsarbeit, die für das Wachstum und die Entwicklung eines jeden Unternehmens wirksam sind, in die Praxis umsetzen können.



Genießen Sie einen intensiven 3-wöchigen Aufenthalt in einem renommierten Zentrum und bringen Sie sich in den neuesten Verfahren auf den neuesten Stand, um beruflich zu wachsen"

02

Warum diese Praktische Ausbildung absolvieren?

Dieses Programm wird für die Studenten, die sich dafür entscheiden, ein Vorher und Nachher darstellen. Es ist eine einzigartige Gelegenheit, intensiv an der Verbesserung der kreativen und kommunikativen Kompetenzen und Fähigkeiten zu arbeiten, indem die Studenten aktiv an der täglichen Arbeit eines führenden Unternehmens in diesem Sektor teilnehmen. Auf diese Weise werden sie nicht nur mit den Strategien vertraut gemacht, die für die Offline und Online-Werbung wegweisend sind, sondern sie investieren auch ihre Zeit, um sich unter der Anleitung der besten Fachkräfte beruflich zu verbessern.



„Eine einmalige Gelegenheit, durch intensive Arbeit und umfassende Praxis in einer Einrichtung für Öffentlichkeitsarbeit und Werbung zu einem Experten zu werden“

1. Aktualisierung basierend auf der neuesten verfügbaren Technologie

Die Einschreibung zu dieser praktischen Ausbildung bietet dem Studenten auch die Möglichkeit, Zugang zu den besten Werkzeugen und Anwendungen im Bereich der Kommunikation und Werbung zu erhalten: Designprogramme, Programme zur Verwaltung von Inhalten, Programme zur statistischen Kontrolle usw. Auf diese Weise können sie während ihres dreiwöchigen Aufenthaltes an der umfassenden Handhabung jedes einzelnen Tools arbeiten, ein Aspekt, den sie später in ihren Lebenslauf aufnehmen können.

2. Auf die Erfahrung der besten Spezialisten zurückgreifen

TECH sieht die Begleitung durch ein Team von erstklassigen Fachkräften auf dem Gebiet der Kommunikation und des Journalismus vor, damit die Studenten ihre Praxis aktualisieren können, indem sie ihre Erfahrung in der Branche nutzen, um die besten Strategien des Augenblicks in ihrer Praxis umzusetzen. Auf diese Weise werden sie mit Sicherheit wissen, wie sie den Werbekontext durch die Gestaltung von spezialisierten Kampagnen beherrschen können.

3. Einstieg in erstklassige Umgebungen

Die Einschreibung in dieses Programm ermöglicht den Studenten den Zugang zu erstklassigen Umgebungen durch ihre aktive Teilnahme an der Verwaltung von Inhalten verschiedener Unternehmen. So werden sie vom ersten Tag an gemeinsam mit dem kreativen Team des Unternehmens, dem sie angehören, an der Gestaltung von Kampagnen mitwirken, die an die Bedürfnisse des Kunden und seiner Produkte angepasst sind.



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

Alles, was der Student während seines Praktikums erarbeitet, ist im aktuellen Geschäftsumfeld im Bereich der Werbung und Öffentlichkeitsarbeit perfekt anwendbar. TECH garantiert ein aktuelles und innovatives Praktikum, das genau auf die aktuellen Anforderungen des Arbeitsmarktes abgestimmt ist. Nach Abschluss der 120 Stunden ist der Student fähig, sich für jede prestigeträchtige Position in großen Unternehmen der Region zu bewerben.

5. Ausweitung der Grenzen des Wissens

Nach Abschluss des dreiwöchigen Praktikums kann der Student dank der umfassenden Internationalisierung, die dieser Zeitraum und sein Lehrplan vorsehen, überall auf dem Arbeitsmarkt tätig werden. TECH unterzieht ihre Unternehmen einer eingehenden Analyse, um diejenigen auszuwählen, die die von den wichtigsten Organisationen des Sektors festgelegten beruflichen Standards für eine koordinierte Praxis in allen Ländern erfüllen.

03 Ziele

Das Hauptziel dieses Programms ist es, Fachkräften eine hohe Qualifikation zu bieten, die für ihre berufliche Entwicklung im Bereich der Werbung und Öffentlichkeitsarbeit von grundlegender Bedeutung sein wird. Ein Programm, das für die Studenten einen Mehrwert darstellt, da sie das notwendige Wissen erwerben können, um eine angemessene Werbekommunikation durchzuführen, indem sie die überzeugendsten Instrumente und Techniken nutzen, um erfolgreiche Werbekampagnen im digitalen und Offline-Umfeld zu erstellen.



Allgemeine Ziele

- ♦ 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
- ♦ Beherrschen der wichtigsten Konzepte der Werbung und Öffentlichkeitsarbeit
- ♦ Kennen der Bereiche Werbung und Öffentlichkeitsarbeit sowie deren Abläufe und Organisationsstrukturen von innen heraus
- ♦ Entwickeln von Kreativität und geeigneter Strategien in der Werbung und Öffentlichkeitsarbeit





Spezifische Ziele

- ♦ Kennen der Bereiche Werbung und Öffentlichkeitsarbeit sowie deren Abläufe und Organisationsstrukturen
- ♦ Erkennen der Berufsprofile von Publizisten und Öffentlichkeitsarbeitern sowie der wichtigsten Fähigkeiten, die in ihrer beruflichen Praxis erforderlich sind
- ♦ Verstehen der Systeme zur Analyse von Werbekampagnen und Öffentlichkeitsarbeit
- ♦ Beschreiben der Struktur von Werbeagenturen
- ♦ Kennen der historischen Entwicklung von Werbung und Öffentlichkeitsarbeit
- ♦ Wissen, wie Werbung mit anderen kulturellen Manifestationen wie Literatur, Kunst oder Kino in Beziehung gesetzt werden kann, um nur einige zu nennen
- ♦ Erkennen der Struktur und des Wandels der heutigen Gesellschaft in Bezug auf die Elemente, Formen und Prozesse der Werbung und Öffentlichkeitsarbeit der Kommunikation
- ♦ Fördern von Kreativität und Überzeugungskraft durch verschiedene Medien und Kommunikationsmittel
- ♦ Verstehen der grundlegenden Konzepte und theoretischen Modelle der menschlichen Kommunikation, ihrer Elemente und Merkmale sowie der Rolle, die sie in den psychologischen Prozessen der Werbung und Öffentlichkeitsarbeit spielt
- ♦ Kennen der psychosozialen, kognitiven und emotionalen Prozesse in der Werbung und Öffentlichkeitsarbeit zu erkennen und zu analysieren
- ♦ Kennen der theoretisch fundierten und empirisch fundierten Überlegungen zu den Prozessen, mit denen die Fachkräfte für Werbung und Öffentlichkeitsarbeit zur Bildung und zum Ausdruck der öffentlichen Meinung beitragen
- ♦ Identifizieren der vielfältigen Ausdrucksformen, Phänomene und Prozesse der öffentlichen Meinung
- ♦ Beherrschen der Elemente, Formen und Prozesse von Werbesprachen und anderen Kommunikationsformen unter Verwendung von Kenntnissen der spanischen Sprache, Analyse der unterschiedlichen Bereiche und Komponenten, aus denen sich das spanische Sprachsystem zusammensetzt, sowie der diskursiven Produkte, die zu den verschiedenen Texttypologien gehören
- ♦ Kennen der Elemente, Formen und Verfahren von Werbesprachen und anderen Formen der überzeugenden Kommunikation
- ♦ Kennen der Informations- und Kommunikationstechnologien und -techniken in den verschiedenen kombinierten und interaktiven Medien oder Mediensystemen
- ♦ Vermitteln der Fähigkeit, digitale Kommunikation zu analysieren, zu verarbeiten, zu interpretieren, auszuarbeiten und zu strukturieren
- ♦ Kennen der rechtlichen und ethischen Regeln des Berufsstandes für Werbung und Öffentlichkeitsarbeit
- ♦ Kennen der Kommunikationsabteilung in Unternehmen und Institutionen



Diese praktische Ausbildung wird Ihnen Türen öffnen, um in den besten Werbeagenturen des Landes zu arbeiten“

04

Planung des Unterrichts

Die Praktische Ausbildung dieses Programms besteht aus einem 3-wöchigen Aufenthalt in einem führenden Unternehmen des Sektors, von Montag bis Freitag, mit einem jeweils 8-stündigen Arbeitstag in Begleitung eines Experten in diesem Bereich. Dieser Aufenthalt wird es den Studenten ermöglichen, intensiv zu lernen, wie die Arbeit des Publizisten und der Öffentlichkeitsarbeit durchgeführt werden sollte, mit dem Hauptziel, die Anzahl der Personen, die sich für eine Marke interessieren, zu erhöhen, einen guten Ruf für sie zu schaffen und vor allem Kunden und Verkäufe zu steigern.

In diesem ganz auf die Praxis ausgerichteten Ausbildungsangebot geht es um die Entwicklung und Verbesserung der Kompetenzen, die für die Erbringung von Führungsaufgaben in den Abteilungen für Werbung und Öffentlichkeitsarbeit erforderlich sind, und um den Erwerb der notwendigen Qualifikationen für die Verwaltung aller Werbe- und Verkaufsförderungsmaßnahmen, die es ermöglichen, ein größeres Publikum anzuziehen und Beziehungen zwischen dem Unternehmen und den Interessenten herzustellen, die sein Image stärken.

Dies ist zweifellos eine Gelegenheit, durch die Arbeit in den Abteilungen für Werbung und Öffentlichkeitsarbeit der wichtigsten Unternehmen der Branche zu lernen und die tägliche Arbeit von Fachkräften mit umfassender Erfahrung zu erlernen. Auf diese Weise ist es eine sehr wertvolle Option für Studenten, die an allen Prozessen der Konzeption, Planung und Durchführung einer Werbekampagne teilnehmen möchten.

Das Praktikum in einem führenden Unternehmen der Branche ermöglicht es den Studenten, ein Mindestmaß an praktischen Tätigkeiten in verschiedenen Bereichen und Abteilungen des Unternehmens zu absolvieren und sich so einen Überblick über die Branche zu verschaffen, der es ihnen ermöglicht, schnell in den Arbeitsmarkt einzusteigen und zu den wettbewerbsfähigsten Fachkräften der heutigen Zeit zu gehören.

Das Praktikum wird unter aktiver Beteiligung des Studenten durchgeführt, der die Aktivitäten und Abläufe jedes Kompetenzbereichs ausführen wird (Lernen zu lernen und zu tun). Dabei wird er von Dozenten und anderen Ausbildern begleitet und angeleitet, um Teamarbeit und multidisziplinäre Integration als übergreifende Kompetenzen für die tägliche Praxis zu fördern (Lernen, zu sein und lernen, mit anderen 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:



Bilden Sie sich an einer Institution aus, die Ihnen all diese Möglichkeiten bietet, mit einem innovativen akademischen Programm und einem Team, das Sie optimal fördern kann“



Modul	Praktische Tätigkeit
Theorie und Grundlagen der Werbung und Öffentlichkeitsarbeit	Erstellen von Werbetexten
	Einüben der Werbekreativität bei verschiedenen Arten von Werbemitteln
	Richtiges Planen von Werbemitteln
	Beherrschen der wichtigsten internen Kommunikationsmittel
	Vorbereiten eines Krisenplans mit einer Analyse der einzelnen Phasen und der Öffentlichkeitsarbeit
	Verwenden der verschiedenen technologischen Hilfsmittel in einer Krise
	Entwickeln von Werbemitteln im Einklang mit historischen Entwicklungen
	Angemessener Nutzen der Öffentlichkeitsarbeit unter Berücksichtigung des historischen Kontextes
Management des Werbeunternehmens	Kennen der wirtschaftlichen Verwaltung der Werbeagentur in der Praxis
	Arbeiten in der Werbung auf der Grundlage der Ziele und Zielgruppen der Tätigkeit
	Anpassen an das interne Organigramm der Werbeagentur
	Mitwirken an der internen Kommunikation der Teams sowie an deren Leitung und Motivation
Einsatz der Psychologie der Kommunikation	Erstellen von Werbeatikeln auf der Grundlage der Psychologie der Kommunikation
	Verwenden von Emotionen und Überredungskunst in Texten und Werbeatikeln
	Anpassen verschiedener Botschaften an den Empfänger, basierend auf der Psychologie und neuen Informationsparadigmen
Die öffentliche Meinung und die Sprache der Werbung, um sie zu fördern	Ausarbeiten verschiedener Botschaften je nach Wahrnehmung und sozialem Rahmen der öffentlichen Meinung
	Anpassen der Werbung und Öffentlichkeitsarbeit an die Sozialpsychologie
	Anwenden von Analysetechniken und Meinungsumfragen zur Verfeinerung der Werbebotschaft
	Kennen der Funktionen des Werbetexters in einem aktiven Arbeitsumfeld
	Korrigieren und Anpassen von Werbetexten mit besonderem Augenmerk auf Genauigkeit, Klarheit und Präzision
	Auswerten von Werbetexten unter Verwendung neuer Technologien und neuer Sprachen
Digitale Kommunikation und Kreativität	Unterscheiden der Art der Werbung, die je nach digitalem Medium durchgeführt werden soll
	Entwickeln einer Strategie für Inhalte und Storytelling, die an das digitale Umfeld angepasst ist
	Durchführen einer Online-Überwachung der Werbeaktivitäten mit Hilfe von Verwaltungs- und Untersuchungstools
	Entwickeln eines effektiven kreativen Prozesses in der Werbung und Öffentlichkeitsarbeit
	Fördern des kreativen Verhaltens bei der Erstellung verschiedener Werbemittel
	Erstellen von Werbemitteln auf der Grundlage eines bestimmten zu lösenden Problems.
Einsatz der Psychologie der Kommunikation	Erstellen von Werbeatikeln auf der Grundlage der Psychologie der Kommunikation
	Verwenden von Emotionen und Überredungskunst in Texten und Werbeatikeln
	Anpassen verschiedener Botschaften an den Empfänger, basierend auf der Psychologie und neuen Informationsparadigmen

05

Wo kann ich die Praktische Ausbildung absolvieren?

Zur Durchführung dieser praktischen Ausbildung schließt TECH Kooperationsvereinbarungen mit den wichtigsten Unternehmen im Bereich der Werbung und Öffentlichkeitsarbeit auf nationalem und internationalem Gebiet ab. Auf diese Weise erhalten die Studenten Zugang zu fachlichen und vor allem praktischen Kenntnissen, mit denen sie lernen können, die Instrumente, Techniken und aktuellen Strategien für die Entwicklung ihres Berufs zu nutzen. Dank der Erfahrung und des Wissens derjenigen, die drei Wochen lang ihre Kollegen sein werden, können sie so ihre Fähigkeiten verbessern und die reale Arbeit in diesem Sektor erfahren.



Machen Sie ein intensives Praktikum in den besten Werbeunternehmen und lernen Sie von Experten aus der Branche“



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 Werbung und Öffentlichkeitsarbeit** 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 Werbung und Öffentlichkeitsarbeit**

Dauer: **3 Wochen**

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



tech

Praktische Ausbildung
Werbung und Öffentlichkeitsarbeit

Praktische Ausbildung

Werbung und Öffentlichkeitsarbeit



tech