

Universitätsexperte

Kreative Strategien in der Werbung





## Universitätsexperte

### Kreative Strategien in der Werbung

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

Internetzugang: [www.techtute.com/de/journalismus-kommunikation/spezialisierung/spezialisierung-kreative-strategien-werbung](http://www.techtute.com/de/journalismus-kommunikation/spezialisierung/spezialisierung-kreative-strategien-werbung)

# Index

01

Präsentation

---

Seite 4

02

Ziele

---

Seite 8

03

Kursleitung

---

Seite 12

04

Struktur und Inhalt

---

Seite 16

05

Methodik

---

Seite 22

06

Qualifizierung

---

Seite 30

# 01

# Präsentation

Die Welt der Werbung entwickelt sich ständig weiter und Kreativität ist die treibende Kraft dahinter. In diesem expandierenden Sektor werden Fachleute benötigt, die neue Technologien beherrschen und sich an die aktuellen Bedürfnisse des Marktes anpassen. Aus diesem Grund ist dieses Programm eine umfassende Antwort auf die Anforderungen der Branche und die aktuellen Herausforderungen des Werbebereichs, der nach neuen und effektiven kommerziellen Strategien sucht. Aus diesem Grund führt TECH diesen akademischen Abschluss ein, mit dem die Studenten in die wichtigsten Bereiche der Werbekreativität eintauchen, von der Suchmaschinenoptimierung bis zur effektiven Umsetzung eines Social-Media-Plans. Dank des 100%igen Online-Formats können die Studenten außerdem flexibel und bedarfsgerecht lernen.





“

*Dank TECH werden Sie mit diesem  
100%igen Online Universitätsexperten die  
effektivsten Werbestrategien in digitalen  
Umgebungen beherrschen“*

Mit dem Fortschritt der neuen Technologien ist die Kommunikation zu einem strategischen Prozess im Management von Organisationen geworden. In diesem Zusammenhang hilft die Werbung den Unternehmen, Kunden zu binden und sich von der Konkurrenz abzuheben. Um dies erfolgreich zu erreichen, müssen sich die Fachleute in diesem Sektor neu erfinden und kreative Techniken einsetzen, um das Interesse der Verbraucher zu wecken.

Aus diesem Grund hat TECH dieses Programm entwickelt, um den Studenten die effektivsten Strategien zu vermitteln. Sie werden ihr kreatives Potenzial voll entfalten und in der Lage sein, wirkungsvolle Kampagnen zu entwerfen. Zu diesem Zweck befasst sich das Programm sowohl mit neuen Methoden als auch mit Mitteln zur Innovation in der Werbung. Es befasst sich auch mit der Erstellung inspirierender Inhalte und mit der Notwendigkeit, einen Plan für soziale Medien effektiv umzusetzen. Zudem werden die neuen kreativen Herausforderungen erörtert, damit die Fachleute die richtigen Taktiken finden, um sie bestmöglich zu meistern.

Der akademische Weg ist zu 100% online, so dass die Studenten bequem in das Programm einsteigen können. Das einzige, was sie brauchen, ist ein Gerät mit Internetzugang, um ihr Wissen zu erweitern und ein Universitätsexperte in Kreative Strategien in der Werbung zu werden. Die Weiterbildung bietet ihren Studenten die avantgardistischste Methodik, die es derzeit auf dem Markt gibt: *Relearning*. Dieses Lehrsystem basiert auf der Wiederholung der wichtigsten Inhalte, um einen natürlichen Lernprozess zu gewährleisten, der sich im Gedächtnis der Studenten festsetzt.

Dieser **Universitätsexperte in Kreative Strategien in der Werbung** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Seine herausragendsten Eigenschaften sind:

- ♦ Die Entwicklung praktischer Fälle, die von Experten in Kreativität in der Werbung vorgestellt werden
- ♦ Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt des Programms bietet aktuelle und praktische Informationen zu den Disziplinen, die für die berufliche Praxis unerlässlich sind
- ♦ Die praktischen Übungen, bei denen der Selbstbewertungsprozess zur Verbesserung des Lernens durchgeführt werden kann
- ♦ Sein besonderer Schwerpunkt liegt auf innovativen Methoden
- ♦ Theoretische Vorträge, Fragen an den Experten, Diskussionsforen zu kontroversen Themen und individuelle Reflexionsarbeit
- ♦ Die Verfügbarkeit des Zugangs zu Inhalten von jedem festen oder tragbaren Gerät mit Internetanschluss



*Heben Sie sich in der Werbebranche mit der innovativsten Methode auf dem Markt ab: Relearning"*

“

*Dank dieses Universitätsexperten werden Sie innovative Werbetechniken anwenden, um die Herausforderungen des Sektors erfolgreich zu meistern"*

Zu den Dozenten des Programms gehören Experten aus der Branche, die ihre Erfahrungen in diese Fortbildung einbringen, sowie anerkannte Spezialisten aus führenden Unternehmen und angesehenen Universitäten.

Die multimedialen Inhalte, die mit der neuesten Bildungstechnologie entwickelt wurden, werden der Fachkraft ein situiertes und kontextbezogenes Lernen ermöglichen, d. h. eine simulierte Umgebung, die eine immersive Fortbildung bietet, die auf die Ausführung von realen Situationen ausgerichtet ist.

Das Konzept dieses Programms konzentriert sich auf problemorientiertes Lernen, bei dem die Fachkraft versuchen muss, die verschiedenen Situationen aus der beruflichen Praxis zu lösen, die während des gesamten Studiengangs gestellt werden. Zu diesem Zweck wird sie von einem innovativen interaktiven Videosystem unterstützt, das von renommierten Experten entwickelt wurde.

*Mit TECH werden Sie die wichtigsten digitalen Techniken beherrschen, um Ihre Kreativität zu steigern und eine größere Reichweite zu erzielen.*

*Durch dieses Programm werden Sie das Beste aus den sozialen Netzwerken wie TikTok, X, Facebook und Instagram herausholen.*



# 02 Ziele

TECH bringt ein innovatives Programm auf den Markt, das es Studenten ermöglicht, sich die Fähigkeiten anzueignen, die sie brauchen, um in den Bereichen Kommunikation und Werbung erfolgreich zu sein. Zu diesem Zweck stellt es Ressourcen zur Verfügung, die sich auf die Anwendung von Kreativität auf den wichtigsten Plattformen und sozialen Netzwerken konzentrieren, darunter TikTok, X und Instagram. Gleichzeitig werden neue Trends im Bereich der Werbung analysiert, wobei der Schwerpunkt auf der Einbindung von *Augmented Reality* in die Werbung als Differenzierungsstrategie liegt.



“

*Mit diesem Universitätsexperten wenden Sie innovative Techniken in der Werbung an, die die Nachverfolgung und Bindung des Publikums garantieren"*



## Allgemeine Ziele

---

- ♦ Aufzeigen der Vision von Kreativität als Mittel der Zusammenarbeit bei der Entwicklung von Kommunikation
- ♦ Aneignen der theoretischen/praktischen Kenntnisse, die es ermöglichen, die kreativen Funktionen aus jeder Perspektive auszuführen
- ♦ Verwenden von Tools zur Unterstützung der Kreativität
- ♦ Verbessern der Kenntnisse und beruflichen Fähigkeiten, um die Integration und Ausführung von Arbeiten in einer Kreativabteilung jeder Art von Agentur oder Marketingabteilung durchführen zu können
- ♦ Fortbilden der Fachkraft durch die erforderlichen Fähigkeiten, um die Problemlösung zu verbessern und die wesentlichen beruflichen Kompetenzen zu entwickeln
- ♦ Entwickeln von Aktionen und Initiativen zur Verbesserung der kreativen Ergebnisse in Zusammenarbeit mit den anderen an der Konzeption beteiligten Akteuren





## Spezifische Ziele

---

### Modul 1. Kreativität in der Werbung

- ♦ Vertieftes Verstehen, was Kreativität ist, wie sie sich mit dem Vormarsch der neuen Technologien entwickelt hat und wie sie verschiedene Berufsbereiche beeinflusst
- ♦ Darstellen der Herausforderungen, denen sich ein kreativer Mensch stellen muss
- ♦ Hervorheben der Werte der kreativen Zusammenarbeit
- ♦ Aufzeigen der Bedeutung von Kreativität in verschiedenen Berufen
- ♦ Untersuchen der besten Bedingungen, um Kreativität zu stimulieren
- ♦ Verstehen der Rolle der Kreativität in der Werbung
- ♦ Untersuchen der künstlerischen Referenzen der Kreativität
- ♦ Erkennen der Herausforderungen des sich wandelnden und wettbewerbsorientierten Umfelds
- ♦ Einladen, Grenzen zu überschreiten
- ♦ Verstehen, dass jede Herausforderung eine Chance ist, zu wachsen

### Modul 2. Digitale Kreativität

- ♦ Untersuchen, wie digitale Technologien die Erstellung von Inhalten und Werbestrategien in der Online-Umgebung revolutioniert haben
- ♦ Unterscheiden zwischen digitalem Marketing und Werbung
- ♦ Untersuchen einer Vielzahl von Online-Werbeformaten, von Bannerwerbung bis hin zu Augmented-Reality-Anzeigen
- ♦ Erforschen der Kreativität im digitalen Marketing mit Blick auf die wichtigsten Strategien
- ♦ Studieren von SEO als wesentliches Instrument zur Verbesserung der Online-Sichtbarkeit

- ♦ Fortschreiten bei der Nutzung von E-Mail als Instrument für Werbung, Aufbau von Kundenbindung und Kampagnenautomatisierung im E-Mail-Marketing
- ♦ Eintauchen in den Bereich der sozialen Medien und Strategien zur Nutzung ihres Potenzials
- ♦ Analysieren der Zusammenarbeit mit Influencern und die Stärkung der Markenidentität

### Modul 3. Kreativität in sozialen Netzwerken

- ♦ Untersuchen der Kreativität auf verschiedenen Plattformen und Medien
- ♦ Vermitteln einer umfassenden Vorstellung davon, wie sich die Kreativität an die einzelnen sozialen Netzwerke anpasst
- ♦ Erlernen der technischen Aspekte der Nutzung
- ♦ Entdecken von Kreativitätstipps und inspirierenden Beispielen
- ♦ Analysieren der Kreativität in Blogs und Newslettern



*Mit TECH beherrschen Sie Strategien, um Ihre SEO-Positionierung zu optimieren und so in den Suchmaschinen hervorzustechen"*

# 03

## Kursleitung

In ihrem festen Willen, das aktuellste und innovativste akademische Programm anzubieten und innovatives akademisches Programm anzubieten, hat TECH echte Profis aus dem Werbesektor zusammengebracht.

Mit ihrer langjährigen Erfahrung bringen die Dozenten einen kreativen und innovativen Ansatz in den Werbeprozess ein. Aus diesem Grund vermittelt dieser Lehrgang den Studenten die effektivsten Strategien, um die Aufmerksamkeit der Verbraucher zu erregen. Um dies zu erreichen, konzentriert sich das Dozententeam auf den Einsatz modernster Tools, mit denen die Studenten einen Qualitätssprung im Werbeprozess machen können.





“

*Sie werden Zugang zu den besten didaktischen Materialien eines hochqualifizierten Dozententeams haben, das Ihnen eine völlig innovative Vision der Werbung vermitteln wird"*

## Leitung



### Hr. Labarta Vélez, Fernando

- ♦ Kreativdirektor bei El Factor H
- ♦ Marketingdirektor bei La Ibense
- ♦ Kreativdirektor für Veranstaltungen bei Beon Worldwide
- ♦ Direktor für Branded Content bei Atrium Digital und Mettre Kreativdirektor bei Grupo de Comunicación del Sur, BSB und FCA BMZ Cid
- ♦ Dozent im Masterstudiengang in Management von Unternehmens- und Institutionelle Kommunikation an der Universität Sevilla
- ♦ Mitverfasser des Buches *Wie man eine Marke schafft, Handbuch für Nutzung und Management*



# 04

## Struktur und Inhalt

Um ein effektives Lernen zu gewährleisten, werden die Ressourcen dieses Universitätsexperten von Experten aus der Werbebranche betreut. In diesem Sinne haben die Dozenten Materialien erstellt, die sich durch die aktuellsten Informationen und die modernsten Techniken auszeichnen, mit denen die Studenten ihre Fähigkeiten entwickeln können. Um dies zu erreichen, basiert der akademische Lehrplan auf dem Relearning-System. Durch diese von TECH entwickelte Methodik werden die wichtigsten Aspekte wiederholt, um das Behalten des Gelernten zu fördern.





“

*Dank der Ressourcen von TECH werden Sie zu einem kreativen Experten und sind in der Lage, Teams in den renommiertesten Unternehmen der Werbebranche zu leiten"*

## Modul 1. Kreativität in der Werbung

- 1.1. Was ist Kreativität
  - 1.1.1. Definitionen
  - 1.1.2. Ständig wechselnde kreative Modelle. Aufkommen neuer Technologien, der Bedarf an größerer Effizienz
  - 1.1.3. Herausforderungen für Kreative bei der Entwicklung innovativer Strategien. Die Vorteile der Zusammenarbeit
  - 1.1.4. Berufe, in denen Kreativität gefragt ist
  - 1.1.5. Menschen, die sich durch ihre außergewöhnliche Kreativität auszeichnen
- 1.2. Die besten Voraussetzungen für Kreativität. Die Generierung von Ideen
  - 1.2.1. Phasen der Kreativität
  - 1.2.2. Fokussierung auf das Problem
  - 1.2.3. Entspannen, genießen
  - 1.2.4. Fehler machen
  - 1.2.5. Spiel und Techniken zur Förderung des Spiels
- 1.3. Der Kreative
  - 1.3.1. Anforderungen an den Kreativen
  - 1.3.2. Stabilität
  - 1.3.3. Das Kryptonit des Kreativen
  - 1.3.4. Sich in das Projekt verlieben
  - 1.3.5. Gut oder schlecht kreativ?
  - 1.3.6. Das Gedächtnis des Kreativen
- 1.4. Herausforderungen für Kreative bei der Entwicklung innovativer Strategien
  - 1.4.1. Beziehungen zu Kunden: Unternehmen, Menschen, Organisationen, Territorien
  - 1.4.2. Beziehungen zu anderen *Stakeholdern*: Lieferanten (Fotografen, Planer, Rundfunkanstalten, Designer...), Kollegen, Agenturmanager, künstliche Intelligenz usw.
  - 1.4.3. Beziehungen zu den Verbrauchern
  - 1.4.4. Die Bedeutung der Teambildung
- 1.5. Der Kontext eines kreativen Projekts
  - 1.5.1. Markteinführung eines innovativen Produkts
  - 1.5.2. Strategie für den Umgang mit Kreativität
  - 1.5.3. Komplexe Produkte oder Dienstleistungen
  - 1.5.4. Personalisierte Kommunikation



- 1.6. Arten von Werbung. Kreativ und nicht kreativ
    - 1.6.1. Innovativ, generisch, Nachahmungen usw.
    - 1.6.2. Unterschiede zwischen originellen Anzeigen
    - 1.6.3. Wege, um mit Kreativität Kunden zu gewinnen
  - 1.7. Künstlerische Kreativität in der Kommunikation
    - 1.7.1. 21 Gründe, kreativ zu sein
    - 1.7.2. Was wir als Kunst in der Kommunikation bezeichnen
    - 1.7.3. Künstlerische Referenzen der Werbekreativität
  - 1.8. Neue kreative Herausforderungen
    - 1.8.1. Neue Kanäle, Technologien, Trends usw.
    - 1.8.2. Die Entwicklung eines neuen Formats
    - 1.8.3. Die Notwendigkeit, neue Technologien in einer innovativen Werbung einzusetzen
    - 1.8.4. Der Eintritt von Wettbewerbern
    - 1.8.5. Lebenszyklus einer Idee
    - 1.8.6. Nachhaltigkeit, inklusive Sprache
  - 1.9. Trends in der Werbekreativität
    - 1.9.1. Rolle der Kunden bei der Entscheidungsfindung
    - 1.9.2. Neue Methoden und Medien
    - 1.9.3. Neue Technologien
  - 1.10. Grenzen der Kreativität in der Werbung
    - 1.10.1. Zugang zu den innovativsten Ideen
    - 1.10.2. Die Kosten für eine gute Idee
    - 1.10.3. Die Relevanz einer Nachricht
    - 1.10.4. Die Entscheidungskarte
    - 1.10.5. Auf der Suche nach dem richtigen Gleichgewicht
- 
- 2.2. Unterschiede zwischen digitaler Werbung und digitalem Marketing
    - 2.2.1. Beschreibung des digitalen Marketings
    - 2.2.2. Beschreibung der digitalen Werbung
    - 2.2.3. Schlussfolgerungen
  - 2.3. Kreativität in der digitalen Werbung
    - 2.3.1. Banners
    - 2.3.2. Suchanzeigen (Ads)
    - 2.3.3. Video-Anzeigen
    - 2.3.4. Native Anzeigen
    - 2.3.5. Social Media-Anzeigen
    - 2.3.6. *Display*-Werbung
    - 2.3.7. *Augmented Reality*-Anzeigen
    - 2.3.8. E-Mail-Werbung
  - 2.4. Kreativität im digitalen Marketing
    - 2.4.1. Erstellung von Inhalten
    - 2.4.2. Relevanz und Wert
    - 2.4.3. Vielfalt der Formate
    - 2.4.4. Positionierung als Experte
    - 2.4.5. Häufigkeit und Konsistenz
    - 2.4.6. Messung der Ergebnisse
  - 2.5. SEO (*Search Engine Optimization*)
    - 2.5.1. Suchmaschinenoptimierung
    - 2.5.2. SEO-Metriken
    - 2.5.3. Schlussfolgerungen
  - 2.6. E-Mail-Marketing
    - 2.6.1. Werbung für Produkte und Dienstleistungen
    - 2.6.2. Nachrichten und relevante Informationen
    - 2.6.3. Follow-up und Loyalität
    - 2.6.4. Automatisierung

## Modul 2. Digitale Kreativität

- 2.1. Was ist digitale Kreativität?
  - 2.1.1. Digitale Technologien für Kreativität
  - 2.1.2. Digitale Techniken zur Förderung der Kreativität
  - 2.1.3. Schlussfolgerungen

- 2.7. Marketing über soziale Medien
  - 2.7.1. Erhöhte Reichweite und Sichtbarkeit
  - 2.7.2. Förderung einer Gemeinschaft
  - 2.7.3. Inspirierende Inhalte erstellen
  - 2.7.4. Leads und Konversionen generieren
  - 2.7.5. Zusammenarbeit mit Influencern
  - 2.7.6. Feedback und Verbesserung
  - 2.7.7. Markenbildung und Autorität
- 2.8. Partnerschaftsmarketing
  - 2.8.1. Zielgerichtete Strategien
  - 2.8.2. Suchwerkzeuge
  - 2.8.3. Wie man Kreativität einsetzt
  - 2.8.4. Beispiele
- 2.9. Influencer Marketing
  - 2.9.1. Zielgerichtete Strategien
  - 2.9.2. Suchwerkzeuge
  - 2.9.3. Wie man Kreativität einsetzt
  - 2.9.4. Beispiele
- 2.10. Plan für soziale Medien
  - 2.10.1. Struktur und grundlegender Inhalt
  - 2.10.2. Kreative Beispiele
  - 2.10.3. Schlussfolgerungen

### Modul 3. Kreativität in sozialen Netzwerken

- 3.1. Kreativität auf TikTok
  - 3.1.1. Technische Aspekte der Nutzung
  - 3.1.2. Wie man auf TikTok kreativ sein kann
  - 3.1.3. Beispiele
- 3.2. Kreativität in X
  - 3.2.1. Technische Aspekte der Nutzung
  - 3.2.2. Wie man in X kreativ sein kann
  - 3.2.3. Beispiele





- 3.3. Kreativität auf Facebook
  - 3.3.1. Technische Aspekte der Nutzung
  - 3.3.2. Wie man auf Facebook kreativ sein kann
  - 3.3.3. Beispiele
- 3.4. Kreativität auf Instagram
  - 3.4.1. Technische Aspekte der Nutzung
  - 3.4.2. Wie man auf Instagram kreativ sein kann
  - 3.4.3. Beispiele
- 3.5. Kreativität auf LinkedIn
  - 3.5.1. Technische Aspekte der Nutzung
  - 3.5.2. Wie man auf LinkedIn kreativ sein kann
  - 3.5.3. Beispiele
- 3.6. Kreativität auf YouTube
  - 3.6.1. Technische Aspekte der Nutzung
  - 3.6.2. Wie man auf YouTube kreativ sein kann
  - 3.6.3. Beispiele
- 3.7. Kreativität auf Whatsapp
  - 3.7.1. Technische Aspekte der Nutzung
  - 3.7.2. Wie man auf Whatsapp kreativ sein kann
  - 3.7.3. Beispiele
- 3.8. Kreativität für Blogs
  - 3.8.1. Technische Aspekte der Nutzung
  - 3.8.2. Wie man in einem Blog kreativ sein kann
  - 3.8.3. Beispiele
- 3.9. Kreativität bei Newslettern
  - 3.9.1. Technische Aspekte der Nutzung
  - 3.9.2. Wie man in einem Newsletter kreativ sein kann
  - 3.9.3. Beispiele
- 3.10. Kreativität auf Wikipedia
  - 3.10.1. Technische Aspekte der Nutzung
  - 3.10.2. Wie man auf Wikipedia kreativ sein kann
  - 3.10.3. Beispiele

05

# Methodik

Dieses Fortbildungsprogramm bietet eine andere Art des Lernens. Unsere Methodik wird durch eine zyklische Lernmethode entwickelt: **das Relearning**.

Dieses Lehrsystem wird z. B. an den renommiertesten medizinischen Fakultäten der Welt angewandt und wird von wichtigen Publikationen wie dem **New England Journal of Medicine** als eines der effektivsten angesehen.



“

*Entdecken Sie Relearning, ein System, das das herkömmliche lineare Lernen hinter sich lässt und Sie durch zyklische Lehrsysteme führt: eine Art des Lernens, die sich als äußerst effektiv erwiesen hat, insbesondere in Fächern, die Auswendiglernen erfordern"*

## Fallstudie zur Kontextualisierung aller Inhalte

Unser Programm bietet eine revolutionäre Methode zur Entwicklung von Fähigkeiten und Kenntnissen. Unser Ziel ist es, Kompetenzen in einem sich wandelnden, wettbewerbsorientierten und sehr anspruchsvollen Umfeld zu stärken.

“

*Mit TECH werden Sie eine Art des Lernens erleben, die an den Grundlagen der traditionellen Universitäten auf der ganzen Welt rüttelt"*



*Sie werden Zugang zu einem Lernsystem haben, das auf Wiederholung basiert, mit natürlichem und progressivem Unterricht während des gesamten Lehrplans.*



*Der Student wird durch gemeinschaftliche Aktivitäten und reale Fälle lernen, wie man komplexe Situationen in realen Geschäftsumgebungen löst.*

## Eine innovative und andersartige Lernmethode

Dieses TECH-Programm ist ein von Grund auf neu entwickeltes, intensives Lehrprogramm, das die anspruchsvollsten Herausforderungen und Entscheidungen in diesem Bereich sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene vorsieht. 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 berufliche Realität berücksichtigt wird.

**“** *Unser Programm bereitet Sie darauf vor, sich neuen Herausforderungen in einem unsicheren Umfeld zu stellen und in Ihrer Karriere erfolgreich zu sein“*

Die Fallmethode ist das am weitesten verbreitete Lernsystem an den besten Business Schools der Welt, seit es sie gibt. Die Fallmethode wurde 1912 entwickelt, damit Jurastudenten das Recht nicht nur auf der Grundlage theoretischer Inhalte erlernen. Sie bestand darin, ihnen reale komplexe Situationen zu präsentieren, damit sie fundierte Entscheidungen treffen und Werturteile darüber fällen konnten, wie diese zu lösen sind. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard etabliert.

Was sollte eine Fachkraft in einer bestimmten Situation tun? Mit dieser Frage werden wir bei der Fallmethode konfrontiert, einer handlungsorientierten Lernmethode. Während des gesamten Programms werden die Studenten mit mehreren realen Fällen konfrontiert. Sie müssen ihr gesamtes Wissen integrieren, recherchieren, argumentieren und ihre Ideen und Entscheidungen verteidigen.

## Relearning Methodology

TECH kombiniert die Methodik der Fallstudien effektiv mit einem 100%igen Online-Lernsystem, das auf Wiederholung basiert und in jeder Lektion 8 verschiedene didaktische Elemente kombiniert.

Wir ergänzen die Fallstudie mit der besten 100%igen Online-Lehrmethode: Relearning.

*Im Jahr 2019 erzielten wir die besten Lernergebnisse aller spanischsprachigen Online-Universitäten der Welt.*

Bei TECH lernen Sie mit einer hochmodernen Methodik, die darauf ausgerichtet ist, die Führungskräfte der Zukunft zu spezialisieren. Diese Methode, die an der Spitze der weltweiten Pädagogik steht, wird Relearning genannt.

Unsere Universität ist die einzige in der spanischsprachigen Welt, die für die Anwendung dieser erfolgreichen Methode zugelassen ist. Im Jahr 2019 ist es uns gelungen, die Gesamtzufriedenheit unserer Studenten (Qualität der Lehre, Qualität der Materialien, Kursstruktur, Ziele...) in Bezug auf die Indikatoren der besten spanischsprachigen Online-Universität zu verbessern.



In unserem Programm ist das Lernen kein linearer Prozess, sondern erfolgt in einer Spirale (lernen, verlernen, vergessen und neu lernen). Daher kombinieren wir jedes dieser Elemente konzentrisch. Mit dieser Methode wurden mehr als 650.000 Hochschulabsolventen mit beispiellosem Erfolg in so unterschiedlichen Bereichen wie Biochemie, Genetik, Chirurgie, internationales Recht, Managementfähigkeiten, Sportwissenschaft, Philosophie, Recht, Ingenieurwesen, Journalismus, Geschichte, Finanzmärkte und -instrumente fortgebildet. Dies alles in einem sehr anspruchsvollen Umfeld mit einer Studentenschaft mit hohem sozioökonomischem Profil und einem Durchschnittsalter von 43,5 Jahren.

*Das Relearning ermöglicht es Ihnen, mit weniger Aufwand und mehr Leistung zu lernen, sich mehr auf Ihre Spezialisierung einzulassen, einen kritischen Geist zu entwickeln, Argumente zu verteidigen und Meinungen zu kontrastieren: eine direkte Gleichung zum Erfolg.*

Nach den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen der Neurowissenschaften wissen wir nicht nur, wie wir Informationen, Ideen, Bilder und Erinnerungen organisieren, sondern auch, dass der Ort und der Kontext, in dem wir etwas gelernt haben, von grundlegender Bedeutung dafür sind, dass wir uns daran erinnern und es im Hippocampus speichern können, um es in unserem Langzeitgedächtnis zu behalten.

Auf diese Weise sind die verschiedenen Elemente unseres Programms im Rahmen des so genannten Neurocognitive Context-Dependent E-Learning mit dem Kontext verbunden, in dem der Teilnehmer seine berufliche Praxis entwickelt.

Dieses Programm bietet die besten Lehrmaterialien, die sorgfältig für Fachleute aufbereitet sind:



#### Studienmaterial

Alle didaktischen Inhalte werden von den Fachleuten, die den Kurs unterrichten werden, speziell für den Kurs erstellt, so dass die didaktische Entwicklung wirklich spezifisch und konkret ist.

Diese Inhalte werden dann auf das audiovisuelle Format angewendet, um die Online-Arbeitsmethode von TECH zu schaffen. All dies mit den neuesten Techniken, die in jedem einzelnen der Materialien, die dem Studenten zur Verfügung gestellt werden, qualitativ hochwertige Elemente bieten.



#### Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt.

Das sogenannte Learning from an Expert festigt das Wissen und das Gedächtnis und schafft Vertrauen für zukünftige schwierige Entscheidungen.



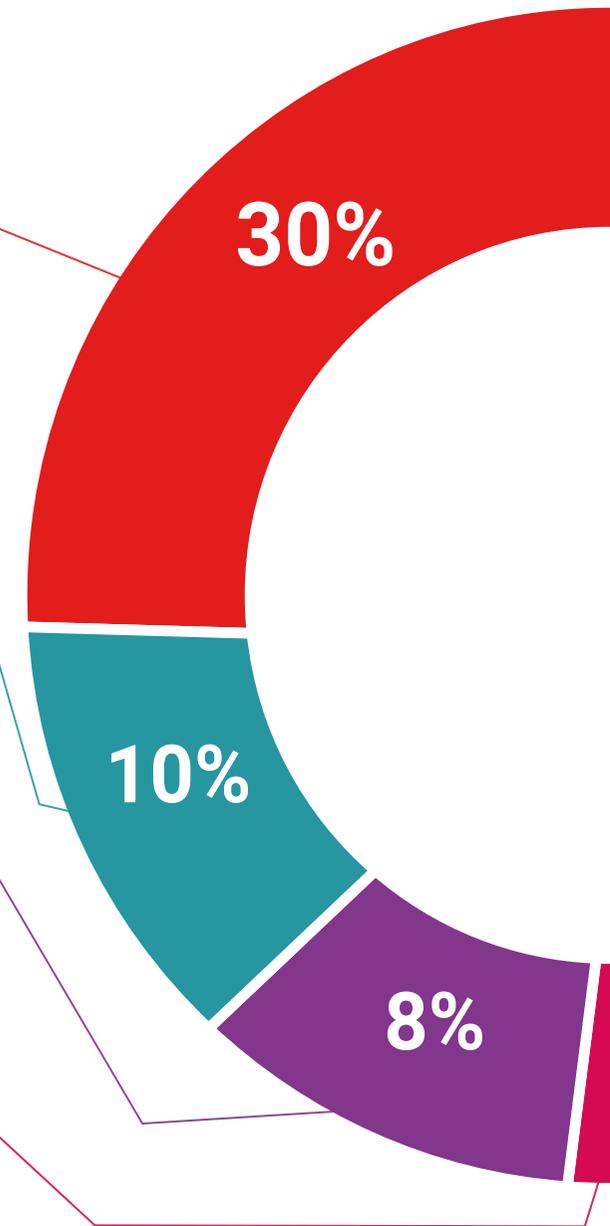
#### Übungen für Fertigkeiten und Kompetenzen

Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Kompetenzen und Fertigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Übungen und Aktivitäten zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein Spezialist im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



#### Weitere Lektüren

Aktuelle Artikel, Konsensdokumente und internationale Leitfäden, u. a. In der virtuellen Bibliothek von TECH hat der Student Zugang zu allem, was er für seine Fortbildung benötigt.





#### Case Studies

Sie werden eine Auswahl der besten Fallstudien vervollständigen, die speziell für diese Qualifizierung ausgewählt wurden. Die Fälle werden von den besten Spezialisten der internationalen Szene präsentiert, analysiert und betreut.



#### Interaktive Zusammenfassungen

Das TECH-Team präsentiert die Inhalte auf attraktive und dynamische Weise in multimedialen Pillen, die Audios, Videos, Bilder, Diagramme und konzeptionelle Karten enthalten, um das Wissen zu vertiefen.

Dieses einzigartige Bildungssystem für die Präsentation multimedialer Inhalte wurde von Microsoft als "Europäische Erfolgsgeschichte" ausgezeichnet.



#### Testing & Retesting

Die Kenntnisse des Studenten werden während des gesamten Programms regelmäßig durch Bewertungs- und Selbsteinschätzungsaktivitäten und -übungen beurteilt und neu bewertet, so dass der Student überprüfen kann, wie er seine Ziele erreicht.



06

# Qualifizierung

Der Universitätsexperte in Kreative Strategien in der Werbung garantiert neben der präzisesten und aktuellsten Fortbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologischen Universität ausgestelltten Diplom.



“

*Schließen Sie dieses Programm erfolgreich ab und erhalten Sie Ihren Universitätsabschluss ohne lästige Reisen oder Formalitäten"*

Dieser **Universitätsexperte in Kreative Strategien in der Werbung** 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 Kreative Strategien in der Werbung**

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.

zukunft

gesundheit vertrauen menschen  
erziehung information tutoeren  
garantie akkreditierung unterricht  
institutionen technologie lernen  
gemeinschaft verpflichtung  
persönliche betreuung innovation  
wissen gegenwart qualität  
online-Ausbildung  
entwicklung institutionen  
virtuelles Klassenzimmer

**tech** technologische  
universität

Universitätsexperte

Kreative Strategien in der Werbung

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

Universitätsexperte

Kreative Strategien in der Werbung