

Universitätsexperte

Planung von Werbemitteln

PLANNING

Social Medias



Universitätsexperte

Planung von Werbemitteln

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

Internetzugang: www.techtitute.com/de/journalismus-kommunikation/spezialisierung/spezialisierung-planung-werbemitteln

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Struktur und Inhalt

Seite 12

04

Methodologie

Seite 18

05

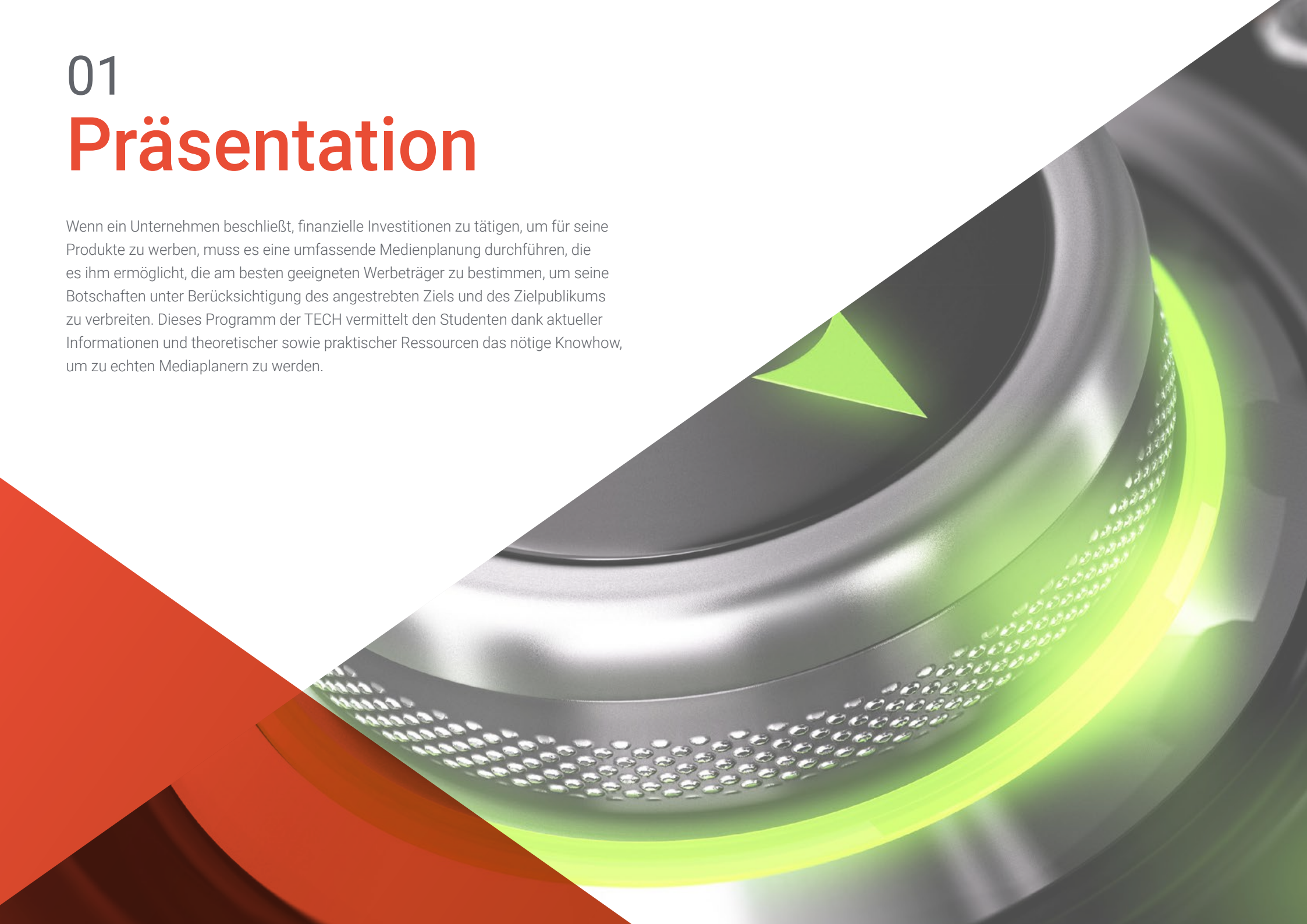
Qualifizierung

Seite 26

01

Präsentation

Wenn ein Unternehmen beschließt, finanzielle Investitionen zu tätigen, um für seine Produkte zu werben, muss es eine umfassende Medienplanung durchführen, die es ihm ermöglicht, die am besten geeigneten Werbeträger zu bestimmen, um seine Botschaften unter Berücksichtigung des angestrebten Ziels und des Zielpublikums zu verbreiten. Dieses Programm der TECH vermittelt den Studenten dank aktueller Informationen und theoretischer sowie praktischer Ressourcen das nötige Knowhow, um zu echten Mediaplanern zu werden.



TELEVISION

NEW

“

In diesem Programm lernen Sie, wie Sie die am besten geeigneten Werbemittel auswählen, um erfolgreiche Kampagnen für Ihr Unternehmen durchzuführen"

Das Unternehmensimage ist einer der Faktoren, die in Organisationen als grundlegend angesehen werden. Heutzutage ist es eines der wichtigsten Elemente, über die Unternehmen verfügen, um ihrem Publikum zu vermitteln, wer sie sind, was sie tun und wie sie sich von ihren Konkurrenten unterscheiden. Ein angemessenes und konkurrenzfähiges Image wird durch Werbekampagnen erreicht, aber dazu ist es notwendig, die Medien zu bestimmen, in denen die Unternehmen diese Kampagnen durchführen sollten. Die Aufgabe des Mediaplaners besteht darin, die am besten geeigneten Medien auszuwählen, weshalb eine Spezialisierung mit Programmen wie diesem unerlässlich ist. Dieses Programm von TECH richtet sich insbesondere an Fachleute aus dem Bereich Journalismus und Kommunikation, die wissen, dass sie ihre Kenntnisse in diesem Bereich aktualisieren müssen, um wettbewerbsfähiger zu sein.

Das Internet ist heute der leistungsfähigste Kommunikationskanal, der zur Verfügung steht, und die Bedeutung der zunehmenden Nutzung der so genannten "sozialen Werkzeuge" im Internet sollte anerkannt werden, da sie Unternehmen und Nutzern neue Möglichkeiten der Kommunikation, des Verkaufs, der Beteiligung und des Wissensaustauschs bieten. Die sozialen Netzwerke ermöglichen es den Unternehmen, ihre Produkte oder Dienstleistungen zu verkaufen, sie schnell, multidirektional und nah zu bewerben, ihre Wahrnehmung durch die Nutzer zu analysieren und auf ihre Bedürfnisse, Fragen und Wünsche zu reagieren.

In diesem digitalen Bereich ist auch die Nutzung von sozialen Netzwerken von grundlegender Bedeutung, da sie die Art und Weise, wie Organisationen miteinander in Beziehung treten, revolutioniert haben. In diesem Programm lernen die Teilnehmer das wahre Potenzial der sozialen Medien für Unternehmen kennen, wie man einen strategischen Plan erstellt und wie die wichtigsten Plattformen und Tools heute funktionieren. Darüber hinaus vermittelt das Programm Kenntnisse über Online-Reputation, Blogs und die Rolle des *Community Managers* als Verantwortlicher für den Aufbau einer optimalen Unternehmensreputation.

Ein Kompendium von Kenntnissen, die für eine korrekte Planung der Werbemittel erforderlich sind, das ein Vorher und Nachher in der Weiterbildung von Fachleuten darstellt und ihnen den Zugang zu sehr relevanten beruflichen Positionen in den Werbeabteilungen der Unternehmen ermöglicht.

Dieser **Universitätsexperte in Planung von Werbemitteln** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Die hervorstechendsten Merkmale sind:

- ♦ Einsatz neuester Technologien in der *E-Learning*-Software
- ♦ Intensiv visuelles Lehrsystem, unterstützt durch grafische und schematische Inhalte, die leicht zu erfassen und zu verstehen sind
- ♦ Erarbeitung von Fallstudien, die von erfahrenen Experten präsentiert werden
- ♦ Hochmoderne interaktive Videosysteme
- ♦ Unterstützung des Unterrichts durch Telepraxis
- ♦ Systeme zur ständigen Aktualisierung und Überarbeitung
- ♦ Selbstgesteuertes Lernen, das eine vollständige Kompatibilität mit anderen Tätigkeiten ermöglicht
- ♦ Praktische Übungen zur Selbstbeurteilung und Überprüfung des Gelernten
- ♦ Selbsthilfegruppen und Bildungssynergien: Fragen an den Experten, Diskussions- und Wissensforen
- ♦ Kommunikation mit dem Dozententeam und individuelle Reflexionsarbeit
- ♦ Die Verfügbarkeit des Zugangs zu Inhalten von jedem festen oder tragbaren Gerät mit Internetanschluss
- ♦ Ständig verfügbare Dokumentationsbanken



Aktualisieren Sie Ihr Wissen in diesem Bereich und werden Sie in Ihrer täglichen Praxis effektiver"

“

Ein Programm von hohem akademischem Niveau, das Ihnen neue Wege für Ihr berufliches Fortkommen eröffnen wird"

Das Dozententeam dieses Programms setzt sich aus Spezialisten aus verschiedenen Bereichen zusammen, die mit dem Fachgebiet in Verbindung stehen. Auf diese Weise kann TECH das vorgeschlagene Ziel der Weiterbildung gewährleisten. Ein multidisziplinäres Team von erfahrenen Fachleuten aus verschiedenen Bereichen, die in der Lage sind, die theoretischen Kenntnisse auf effiziente Weise zu vermitteln, aber vor allem die praktischen Kenntnisse aus ihrer eigenen Erfahrung in den Dienst der Studenten zu stellen.

Diese Beherrschung der Materie wird ergänzt durch die Effizienz der Methodik. Es wurde von einem multidisziplinären Team von *E-Learning*-Experten entwickelt und integriert die neuesten Fortschritte in der Bildungstechnologie. Es ermöglicht den Studenten, mit einer Reihe von komfortablen und vielseitigen Multimedia-Tools zu studieren, die ihnen die nötige Handlungsfähigkeit in ihrem Studienprozess geben.

Das Konzept des Programms ist auf problemorientiertes Lernen ausgerichtet. Ein Ansatz, der das Studium als einen sehr praktischen Prozess betrachtet. Um dies aus der Ferne zu erreichen, setzt TECH die Telepraxis ein. Mit Hilfe eines innovativen Systems interaktiver Videos und dem *Learning From an Expert* kann sich der Student das Wissen so aneignen, als ob er mit einem realen Fall konfrontiert wäre. Ein Konzept, das es ihm ermöglicht, das Gelernte auf realistischere und nachhaltigere Weise zu integrieren und zu festigen.

Ein Universitätsexperte, der Sie in die Lage versetzt, erfolgreich in der Planung von Werbemedien zu arbeiten, mit der Solvenz eines hochqualifizierten Profis.

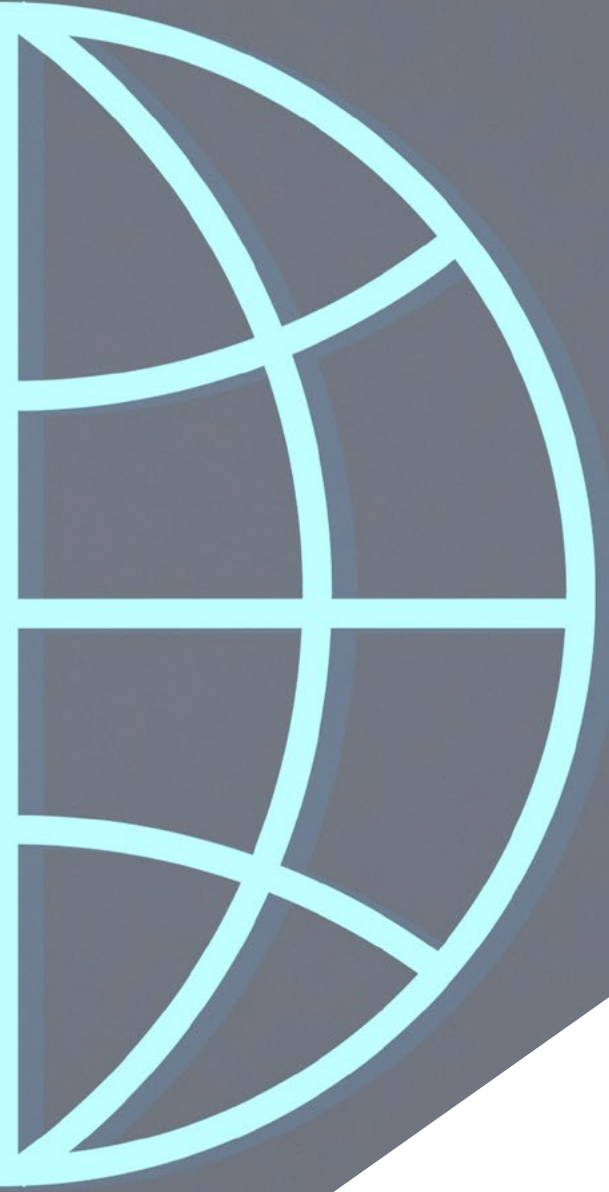
Die innovative Lehrmethodik dieses Universitätsexperten ermöglicht das Lernen auf eine dynamische und effektive Weise.



02 Ziele

Das Hauptziel dieses Universitätsexperten ist es, hochqualifizierte Fachkräfte für die Berufspraxis zu qualifizieren und ihnen die notwendigen Fähigkeiten zu vermitteln, um in diesem Bereich erfolgreich zu sein. Dieses Anliegen wird darüber hinaus global durch die Förderung der menschlichen Entwicklung ergänzt, die den Grundstein für eine bessere Gesellschaft legt und den Menschen hilft, ein höheres Maß an Kompetenz und Kontrolle zu erlangen. Ein Ziel, das der Student dank eines intensiven und präzisen Programms in nur wenigen Monaten erreichen kann.





“

Wenn Sie Ihre Fortbildung im Bereich der Planung von Werbemitteln erweitern möchten, können Sie dies mit Hilfe dieses Universitätsexperten auf bequeme Weise tun"



Allgemeine Ziele

- ♦ Erwerben notwendiger Kenntnisse, um eine angemessene Werbekommunikation unter Verwendung der modernsten digitalen Tools durchzuführen
- ♦ In der Lage sein, eine angemessene Planung von Werbemitteln durchzuführen, um die im Unternehmen einzusetzenden Medien zu bestimmen



*Eine einzigartige Gelegenheit,
Ihre Beschäftigungsfähigkeit auf
dem Arbeitsmarkt zu erweitern"*





Spezifische Ziele

Modul 1. *Corporate Identity*

- ♦ Kennen der Grundlagen der Werbung und der am Prozess der Werbegestaltung beteiligten Agenten
- ♦ Erkennen und Identifizieren der beruflichen Profile von Werbefachleuten sowie der wichtigsten Funktionen und Anforderungen, die sie für ihre berufliche Entwicklung erfüllen müssen
- ♦ Managen von institutioneller Kommunikation unter allen Umständen, auch in Krisensituationen, in denen die Botschaft mit den Interessen der verschiedenen *Stakeholders* in Einklang gebracht wird
- ♦ Verwalten der Kommunikation aller Ereignisse im Zusammenhang mit der Unternehmenskommunikation
- ♦ Erstellen des *Corporate Image* einer beliebigen Entität aus allen ihren Attributen

Modul 2. Soziale Netzwerke und *Community Management*

- ♦ Verstehen der Bedeutung des Internets bei der Suche und Verwaltung von Informationen im Bereich der Werbung und der Öffentlichkeitsarbeit in seiner Anwendung auf konkrete Fälle
- ♦ Vermitteln der Fähigkeit, digitale Kommunikation zu analysieren, zu verarbeiten, zu interpretieren, auszuarbeiten und zu strukturieren
- ♦ Vermitteln von Kenntnissen zur Analyse und Optimierung der Nutzung neuer Kommunikationskanäle und Strategien digitaler Medien durch Fachkräfte aus den Bereichen Werbung und Öffentlichkeitsarbeit
- ♦ Erkennen der Bedeutung von *Social Media* und *E-Mobile* als Marketingrevolution und Unterstützen und Nutzen dieser Instrumente, um Werbe- und PR-Ziele zu erreichen

Modul 3. Planung von Werbemitteln

- ♦ Wissen, wie man die Analysevariablen bei der Planung von Werbemitteln anwendet
- ♦ Erstellen eines Medienplans für eine Werbeagentur oder ein Medienzentrum
- ♦ Wissen, wie man den Kauf von Medien und Werbemitteln verwaltet



Nutzen Sie die Gelegenheit, sich über die neuesten Entwicklungen in der Planung von Werbemitteln zu informieren"

03

Struktur und Inhalt

Dieses umfassende Programm der TECH Technologischen Universität wird die Studenten zu den höchsten Standards an beruflicher Qualität und Erfolg im Bereich der Planung von Werbemitteln führen, dank eines hochaktuellen Programms, das die wichtigsten Innovationen des Sektors beinhaltet. Ein sehr gut strukturierter Studienplan, der es den Studenten ermöglicht, ihr Studium selbst zu steuern und eine intensive akademische Reise zu unternehmen, die für ihre zukünftige Karriere von grundlegender Bedeutung ist.



“

Ein Lehrprogramm auf hohem akademischen Niveau, das sich durch seine hohe Aktualität und Qualität von den übrigen Angeboten auf dem Markt abhebt"

Modul 1. Unternehmensidentität

- 1.1. Es war einmal eine Strategie
 - 1.1.1. Geschichte der Strategie
 - 1.1.2. Anwendung der Strategie auf andere soziale Disziplinen
 - 1.1.3. Wissenschaftliche Anerkennung der Strategie
- 1.2. Strategisches Denken
 - 1.2.1. Strategische Dimension
 - 1.2.2. Was ist ein strategischer Plan?
 - 1.2.3. Struktur
- 1.3. Strategische Kommunikation vs. Arten von Strategien
 - 1.3.1. Merkmale der strategischen Kommunikation
 - 1.3.2. Kommunikationsstrategien
 - 1.3.3. Arten von Strategien
- 1.4. Durchführung des Werbeplanungsprozesses
 - 1.4.1. Geschichte der Werbeplanung
 - 1.4.2. Was ist die Aufgabe eines *Planners*?
 - 1.4.3. Der Planer im Arbeitsprozess der Agentur
 - 1.4.4. Kontoverwaltung und Planung
- 1.5. Allgemeines Modell der Arbeitsentwicklung
 - 1.5.1. Auftrag des Inserenten
 - 1.5.2. Strategischer Prozess
 - 1.5.3. Strategische Beratung
- 1.6. Konventionelle Medien
 - 1.6.1. Übergang zum sozialen Umfeld
 - 1.6.2. Hybride Medien
 - 1.6.3. Internet
 - 1.6.4. Der Fall *Orbyt*
- 1.7. Digitale Medienplanung
 - 1.7.1. Zeitpunkt der Kaufentscheidung
 - 1.7.2. Web-Positionierung
 - 1.7.3. Formate
 - 1.7.4. Strategien zur Markenbildung
 - 1.7.5. Messung
 - 1.7.6. Elektronischer Handel und soziale Netzwerke



- 1.8. Strategieplan in 7 Schritten
 - 1.8.1. Markenanalyse
 - 1.8.2. Identifizieren Sie das *Target*
 - 1.8.3. Ziele definieren
 - 1.8.4. Identifizieren des unterschiedlichen Wertversprechens der Marke
 - 1.8.5. Auswahl der Kommunikationskanäle
 - 1.8.6. Erstellen Sie den Kampagnenkalender
 - 1.8.7. Analysieren und Messen der Ergebnisse
- 1.9. Zukunft der Planung
 - 1.9.1. Vergangenheit
 - 1.9.2. Gegenwart
 - 1.9.3. Zukunft
- 1.10. Publikum
 - 1.10.1. Stündliche TV-Einschaltquoten
 - 1.10.2. *Primetime* im Fernsehen
 - 1.10.3. GRPs

Modul 2. *Corporate Identity*

- 2.1. Die Bedeutung des Images in der Wirtschaft
 - 2.1.1. Was ist ein Unternehmensimage?
 - 2.1.2. Unterschiede zwischen *Corporate Identity* und *Corporate Image*
 - 2.1.3. Wo kann das Unternehmensimage zum Ausdruck gebracht werden?
 - 2.1.4. Situationen, wo sich das Image eines Unternehmens ändert. Warum sollte man ein gutes *Corporate Image* besitzen?
- 2.2. Forschungstechniken im Bereich *Corporate Image*
 - 2.2.1. Einführung
 - 2.2.2. Die Studie über das Image des Unternehmens
 - 2.2.3. Techniken der Unternehmensimageforschung
 - 2.2.4. Qualitative Image-Studienverfahren
 - 2.2.5. Arten von quantitativen Techniken

- 2.3. Image-Audit und Strategie
 - 2.3.1. Was ist *Image Auditing*?
 - 2.3.2. Leitlinien
 - 2.3.3. Audit-Methodologie
 - 2.3.4. Strategische Planung
- 2.4. Unternehmenskultur
 - 2.4.1. Was ist Unternehmenskultur?
 - 2.4.2. Faktoren, die die Unternehmenskultur beeinflussen
 - 2.4.3. Funktionen der Unternehmenskultur
 - 2.4.4. Arten der Unternehmenskultur
- 2.5. Soziale Verantwortung der Unternehmen und Unternehmensreputation
 - 2.5.1. CSR: Konzept und Anwendung der Unternehmen
 - 2.5.2. Leitlinien für die Integration von CSR in Unternehmen
 - 2.5.3. Kommunikation der CSR
 - 2.5.4. Ruf des Unternehmens
- 2.6. Visuelle Unternehmensidentität und *Naming*
 - 2.6.1. Strategien zur visuellen Identität von Unternehmen
 - 2.6.2. Grundlegende Elemente
 - 2.6.3. Grundlegende Prinzipien
 - 2.6.4. Entwicklung eines Handbuchs
 - 2.6.5. *Naming*
- 2.7. Markenimage und Positionierung
 - 2.7.1. Die Ursprünge der Marken
 - 2.7.2. Was ist eine Marke?
 - 2.7.3. Die Notwendigkeit, eine Marke aufzubauen
 - 2.7.4. Markenimage und Positionierung
 - 2.7.5. Der Wert der Marken

- 2.8. Imagepflege durch Krisenkommunikation
 - 2.8.1. Strategischer Kommunikationsplan
 - 2.8.2. Wenn alles schief geht: Krisenkommunikation
 - 2.8.3. Fälle
- 2.9. Der Einfluss von Werbemaßnahmen auf das Unternehmensimage
 - 2.9.1. Die neue Landschaft der Werbeindustrie
 - 2.9.2. Marketing für Werbezwecke
 - 2.9.3. Eigenschaften
 - 2.9.4. Gefahren
 - 2.9.5. Werbetypen und -techniken
- 2.10. Wichtigste soziale Netzwerke II
 - 2.10.1. YouTube: die zweitgrößte Suchmaschine im Internet
 - 2.10.2. Wichtigste Elemente
 - 2.10.3. Werbung
 - 2.10.4. YouTube Analytics
 - 2.10.5. Erfolgsgeschichten
 - 2.10.6. Instagram und Pinterest. Die Kraft des Bildes
 - 2.10.7. Instagram
 - 2.10.8. Erfolgsgeschichten
 - 2.10.9. Pinterest
- 2.11. Blogs und *Personal Branding*
 - 2.11.1. Definition
 - 2.11.2. Typologien
- 2.12. Tools für *Community Manager*
 - 2.12.1. Überwachung und Programmierung. Hootsuite
 - 2.12.2. Spezifische Tools für jedes soziale Netzwerk
 - 2.12.3. Tools für aktives Zuhören
 - 2.12.4. Tools zur URL-Verkürzung
 - 2.12.5. Tools für die Erstellung von Inhalten





Modul 3. Integrierte Marketingkommunikation

- 3.1. Werbung *Below the Line*
- 3.2. Direktes und interaktives Marketing
- 3.3. Marketingtechniken am Verkaufsort
- 3.4. Die Bedeutung der Öffentlichkeitsarbeit
- 3.5. Trends in *Branded Entertainment Marketing*
- 3.6. Digitale Kommunikationsstrategie
- 3.7. Metriken zur digitalen Kommunikation
- 3.8. Bedeutung der sozialen Netzwerke
- 3.9. Effektive Segmentierung und Tools für soziale Medien
- 3.10. Vorteile von *Mobile Marketing*

“

Eine einzigartige, wichtige
und entscheidende
Fortbildungserfahrung, die Ihre
berufliche Entwicklung fördert”

04

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.



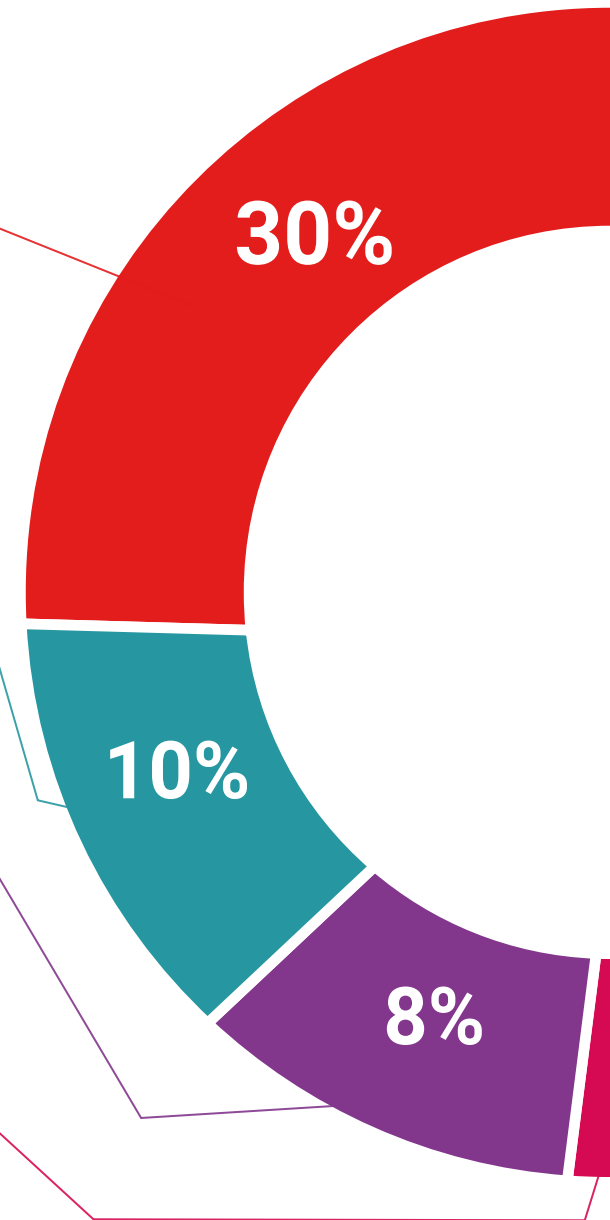
Übungen für Fertigkeiten und Kompetenzen

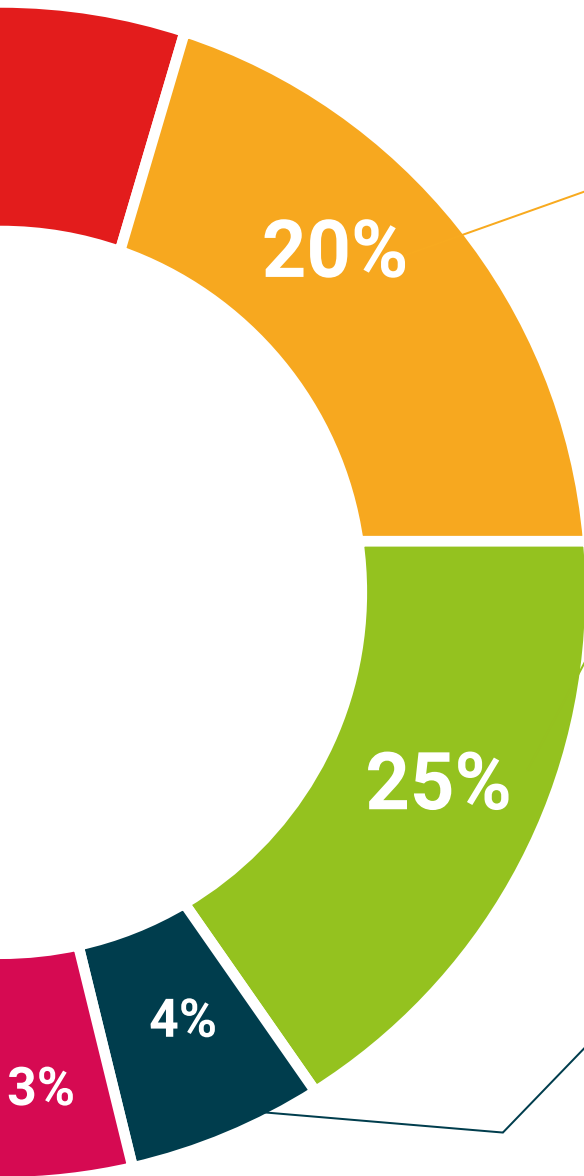
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Kompetenzen und Fertigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Übungen und Aktivitäten zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein Spezialist im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



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.



05

Qualifizierung

Der Universitätsexperte in Planung von Werbemitteln garantiert neben der präzisesten und aktuellsten Fortbildung 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 Planung von Werbemitteln** 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 Planung von Werbemitteln**

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 tutoren
garantie akkreditierung unterricht
institutionen technologie lernen
gemeinschaft verpflichtung
persönliche betreuung innovationen
wissen gegenwart qualität
online-Ausbildung
entwicklung instituten
virtuelles Klassenzimmer

tech technologische
universität

Universitätsexperte

Planung von Werbemitteln

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

Universitätsexperte

Planung von Werbemitteln