

Universitätskurs

Copywriting für Markenaufbau



## Universitätskurs

### Copywriting für Markenaufbau

- » Modalität: Online
- » Dauer: 6 Wochen
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Internetzugang: [www.techtitude.com/de/journalismus-kommunikation/universitatskurs/copywriting-markenaufbau](http://www.techtitude.com/de/journalismus-kommunikation/universitatskurs/copywriting-markenaufbau)

# Index

01

Präsentation

---

Seite 4

02

Ziele

---

Seite 8

03

Struktur und Inhalt

---

Seite 12

04

Methodik

---

Seite 16

05

Qualifizierung

---

Seite 24

# 01

# Präsentation

Traditionell haben sich Unternehmen darauf konzentriert, ihr visuelles Image zu verbessern. Heutzutage versuchen sie jedoch auch, eine verbale Identität zu integrieren, die die Grundlage für die kohärente Kommunikation einer Marke bildet, die sich auf dem Markt und in der Öffentlichkeit positionieren möchte. Und genau darauf konzentriert sich das von TECH entwickelte Programm zum Markenaufbau auf der Grundlage des *Copywritings*. Ein fortgeschrittener Lehrplan mit einer 100%igen Online-Methodik, der die Frachkraft in die Lage versetzt, die wichtigsten Techniken zu beherrschen, die für die Entwicklung eines vollständigen Handbuchs zur verbalen Identität und deren direkte Anwendung auf die Schaffung der Markengeschichte eines Unternehmens verwendet werden. All dies wird von den besten Spezialisten auf diesem Gebiet und mit innovativem didaktischem Material vermittelt.



“

*In nur 6 Wochen haben Sie das nötige Wissen, um ein Verbal Identity Manual erfolgreich zu gestalten"*

Ein Unternehmen lebt nicht nur von einem guten Produkt oder einer guten Dienstleistung, sondern auch von einem angemessenen visuellen und verbalen Image. Eine Identität, die mit der Namensgebung selbst, der Stimme, dem Ton und dem Stil beginnt. Vier Elemente, die in der Kommunikation des Unternehmens mit seinem externen und internen Publikum harmonisieren müssen.

Auf diese Weise erhält das Unternehmen durch *Copywriting* einen vollständigen Aufbau seiner Marke. In diesem Zusammenhang ist es unerlässlich, dass der Kommunikationsprofi, der das *Verbal Identity Manual* durchführen möchte, über fortgeschrittene Kenntnisse darin verfügt. Aus diesem Grund hat TECH alle Anstrengungen unternommen, um Studenten einen erstklassigen Universitätskurs anzubieten, der von echten Profis auf diesem Gebiet unterrichtet wird.

Ein fortgeschrittenes Programm, das Aspekte wie Markenarchetypen, Mission, Vision, Tonalität, Werte, Markenzweck und Positionierung analysiert. Und das alles in einem 100%igen akademischen Online-Format mit 150 Unterrichtsstunden, in dem sich der Student außerdem mit *Naming* und *Tagline* sowie mit *Slogans* auseinandersetzen kann.

Ein intensiver Studiengang, bei dem die Studenten nicht viele Stunden lernen und auswendig lernen müssen, denn dank des *Relearning*-Systems können sie sich auf natürliche Weise durch den Lehrplan arbeiten und die wichtigsten Inhalte leicht festigen.

Auf diese Weise hat diese Institution einen flexiblen Universitätskurs geschaffen, auf den bequem zugegriffen werden kann, wann und wo immer sie möchten. Die Fachkraft benötigt lediglich ein elektronisches Gerät (Handy, Tablet oder Telefon) mit Internetanschluss, um die auf der virtuellen Plattform bereitgestellten Inhalte zu jeder Tageszeit abrufen zu können. Auf diese Weise haben die Studenten Zugang zu einem Universitätsprogramm, das an der Spitze der akademischen Welt steht.

Dieser **Universitätskurs in Copywriting für Markenaufbau** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Die hervorstechendsten Merkmale sind:

- ♦ Entwicklung von Fallstudien, die von Experten für Kommunikation, Marketing und Copywriting vorgestellt werden
- ♦ Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt vermittelt alle für die berufliche Praxis unverzichtbaren wissenschaftlichen und praktischen Informationen
- ♦ Praktische Übungen, bei denen der Selbstbewertungsprozess zur Verbesserung des Lernens genutzt werden kann
- ♦ Sein besonderer Schwerpunkt liegt auf innovativen Methoden
- ♦ Theoretische Lektionen, 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



Verbessern Sie Ihre Copywriting-Leistungen und beziehen Sie den Markenaufbau dank dieses Universitätsprogramms mit ein"

“

*Diese akademische Option bringt Ihnen die wichtigsten SEO-Tools näher, damit Sie das verbale Universum für die Positionierung im Internet beherrschen können"*

Das Dozententeam des Programms besteht aus Experten des Sektors, die ihre Berufserfahrung in diese Fortbildung einbringen, sowie aus renommierten Fachleuten von 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.

*Es handelt sich um einen 100%igen Online-Universitätsabschluss, der flexibel und mit den anspruchsvollsten Aufgaben vereinbar ist.*

*Erweitern Sie Ihr Wissen über Storybranding mit dem fortgeschrittenen Lehrplan, den dieses Programm bietet.*



# 02 Ziele

Das Ziel dieses Universitätskurses ist es, dem Kommunikationsprofi den aktuellsten Lehrplan zum Thema Markenaufbau zu vermitteln, der auf den Techniken des *Copywritings* basiert. Zu diesem Zweck bietet TECH einen fortgeschrittenen Lehrplan mit einer theoretischen Perspektive, der jedoch dank der zahlreichen Beispiele und Fallstudien, aus denen die Bibliothek der Lehrmittel besteht, gleichzeitig auch praktisch ist. Eine einmalige Gelegenheit, in diesem Bereich mit Hilfe der besten Spezialisten zu wachsen.







“

*Holen Sie sich mit dieser akademischen Option Beispiele für den erfolgreichen Aufbau einer Markengeschichte"*



## Allgemeine Ziele

---

- ♦ Bereitstellen eines breiten und tiefen Einblicks in den Beruf des *Copywriters* in seinen verschiedenen Facetten
- ♦ Aufzeigen der verschiedenen Bereiche, in denen *Copywriting* eingesetzt werden kann: Webseiten, Anzeigen, Markteinführungen oder *Content Marketing*
- ♦ Vermitteln eines vertieften Studiensystems für die Entwicklung des Brandings einer Marke mit dem *Verbal Identity Manual*
- ♦ Anbieten einer vollständigen Studie über Psychologie, Neuromarketing und *Neurocopywriting*
- ♦ Vertieftes Kennen der Beziehung zwischen Sprache und Überzeugung, Emotion und Nutzen
- ♦ Ausbilden von Experten im Bereich *Copywriting*, die in der Lage sind, einen Inhaltsplan zu erstellen und für jedes der großen sozialen Netzwerke von heute zu schreiben
- ♦ Ausbilden von Experten für Kundenservice-Management, interne Kommunikation und B2B- und B2C-Kundenakquisitionsstrategien
- ♦ Bereitstellen der Tools, um zu wissen, wie man einen Verkaufstrichter von Anfang bis Ende durchführt
- ♦ Anbieten der Werkzeuge, um zu wissen, wie man eine digitale Markteinführung entwickelt
- ♦ Anleiten zum überzeugenden Schreiben von Blogartikeln, Videodrehbüchern und Podcast-Skripten
- ♦ Ausbilden von Werbetextern, die in der Lage sind, Anzeigen für die wichtigsten sozialen Netzwerke zu schreiben
- ♦ Anleiten zur Arbeit als freiberuflicher *Copywriter* von der ersten Minute an oder zur Arbeit für andere





## Spezifische Ziele

---

- Wissen, was ein *Verbal Identity Manual* ist und wofür es verwendet wird
- Entdecken der 12 Archetypen von Jung
- Herausfinden, was ein *Verbal Identity Manual* enthalten sollte
- Entschlüsseln der Persönlichkeit einer Marke
- Wissen, was ein Markenmanifest ist und wofür es gut ist
- Wissen, was eine Empathiekarte ist und sie erstellen
- Verwalten des verbalen Universums einer Marke
- Lernen, wie man eine Markengeschichte schreibt



*Sie werden in der Lage sein,  
Ihre kreativen und sprachlichen  
Fähigkeiten für eine effektive  
verbale Markenkommunikation zu  
verbessern"*

# 03

## Struktur und Inhalt

Der Lehrplan dieses Hochschulabschlusses wurde entwickelt, um in nur 6 Wochen die wichtigsten Informationen für die Entwicklung eines verbalen Identitätshandbuchs und einer Markengeschichte zu vermitteln. Und das alles mit attraktiven Inhalten dank zahlreicher Lehrmittel wie Videozusammenfassungen, Videos im Detail, Erfolgsgeschichten oder Fachlektüre, auf die die Studenten zu jeder Tageszeit von einem elektronischen Gerät mit Internetanschluss aus Zugriff haben werden.



“

*Ein Lehrplan, der Ihnen den Schlüssel für die Wahl der richtigen inklusiven Sprache und Ideen liefert, die das Engagement des Unternehmens für soziale Zwecke bezeichnen"*

## Modul 1. *Verbal Identity Manual* und Markengeschichte

- 1.1. Was ist die verbale Identität einer Marke?
  - 1.1.1. Warum ein *Verbal Identity Manual*
  - 1.1.2. Erkennen der Markenpersönlichkeit
  - 1.1.3. Der Name oder die Namen
  - 1.1.4. Die *Tagline* oder der Slogan
- 1.2. Markenarchetypen
  - 1.2.1. Was sie sind und wie man sie erkennt
  - 1.2.2. Der Unschuldige
  - 1.2.3. Der gewöhnliche Mensch
  - 1.2.4. Der Entdecker
  - 1.2.5. Der weise Mann
  - 1.2.6. Der Held
  - 1.2.7. Der Geächtete
  - 1.2.8. Der Magier
  - 1.2.9. Der Liebhaber
  - 1.2.10. Der Narr
  - 1.2.11. Die Betreuungsperson
  - 1.2.12. Der Künstler
  - 1.2.13. Der Herrscher
  - 1.2.14. Der Schurke
- 1.3. Auftrag, Vision und Werte
  - 1.3.1. Entdecken der Mission
  - 1.3.2. Nachdenken über die Vision
  - 1.3.3. Definieren der Werte
  - 1.3.4. Einen klaren Markenzweck haben
- 1.4. Befähigung der Marke
  - 1.4.1. Welche Stimme sie hat
  - 1.4.2. Die Töne
  - 1.4.3. Die Nachrichtenmatrix
  - 1.4.4. Option zum Kauf





- 1.5. Das Markenmanifest
  - 1.5.1. Was ist ein Manifest und wozu dient es?
  - 1.5.2. Informationsquellen
  - 1.5.3. Der Prozess der *Due Diligence*
  - 1.5.4. Der Bericht
- 1.6. Die Empathiekarte
  - 1.6.1. Was ist eine Empathiekarte?
  - 1.6.2. Wofür ist sie gedacht?
  - 1.6.3. Wie man sie erstellt
  - 1.6.4. Verschiedene Beispiele für die Praxis
- 1.7. Das verbale Universum
  - 1.7.1. Schlüsselwörter
  - 1.7.2. Was die Marke sagt und was sie nicht sagt
  - 1.7.3. Was sie nicht sagt
  - 1.7.4. Die Ideologie der Themen
  - 1.7.5. SEO-Tools
- 1.8. Die Markengeschichte oder *Storybrand*
  - 1.8.1. Was ist eine Markengeschichte und wozu dient sie?
  - 1.8.2. Wie man eine Markengeschichte erstellt
  - 1.8.3. Das System von Donald Miller
  - 1.8.4. Beispiele für die Erstellung erfolgreicher Markengeschichten
- 1.9. Marken-*Hashtags*
  - 1.9.1. Was sie sind und wie man sie verwendet
  - 1.9.2. Tipps
  - 1.9.3. Wie man einen *Hashtag* für eine Marke erstellt
  - 1.9.4. Wie es in verschiedenen sozialen Netzwerken funktioniert
- 1.10. Aspekte, die in den *Verbal Identity Manuals* eines Unternehmens zu berücksichtigen sind
  - 1.10.1. Inklusive Sprache
  - 1.10.2. Sprache und Ideen, die das Engagement für die Umwelt verdeutlichen
  - 1.10.3. Sprache und Ideen, die eine Sensibilität für soziale Belange erkennen lassen
  - 1.10.4. Andere Aspekte der Sprache, die zu respektieren sind

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 Nützlichk eit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt.

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



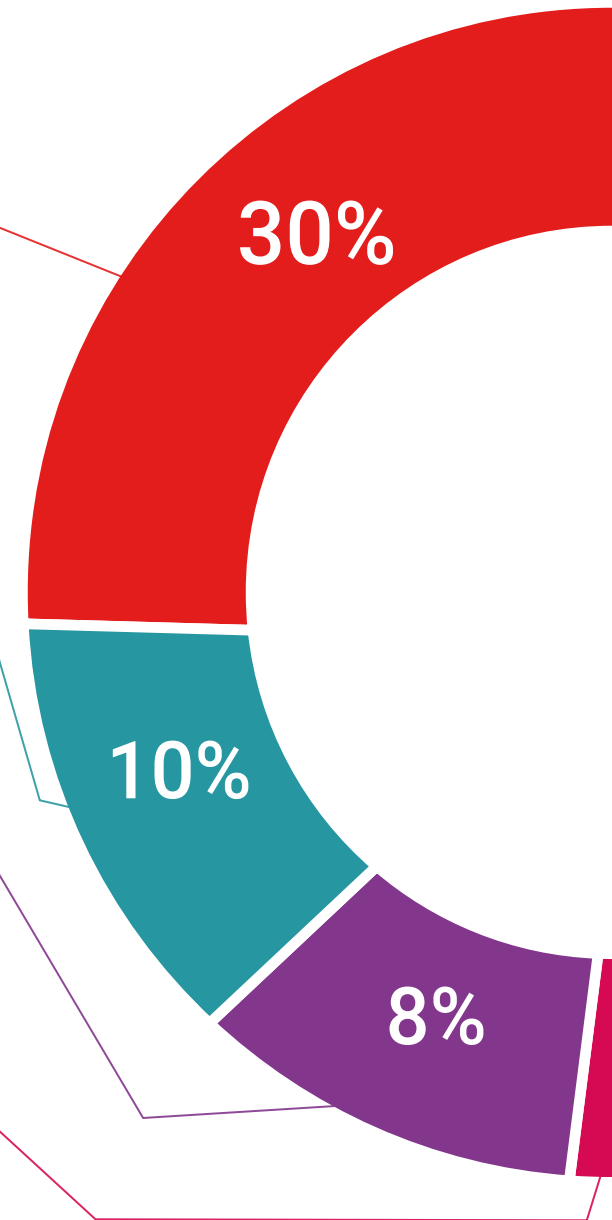
#### Übungen für Fertigkeiten und Kompetenzen

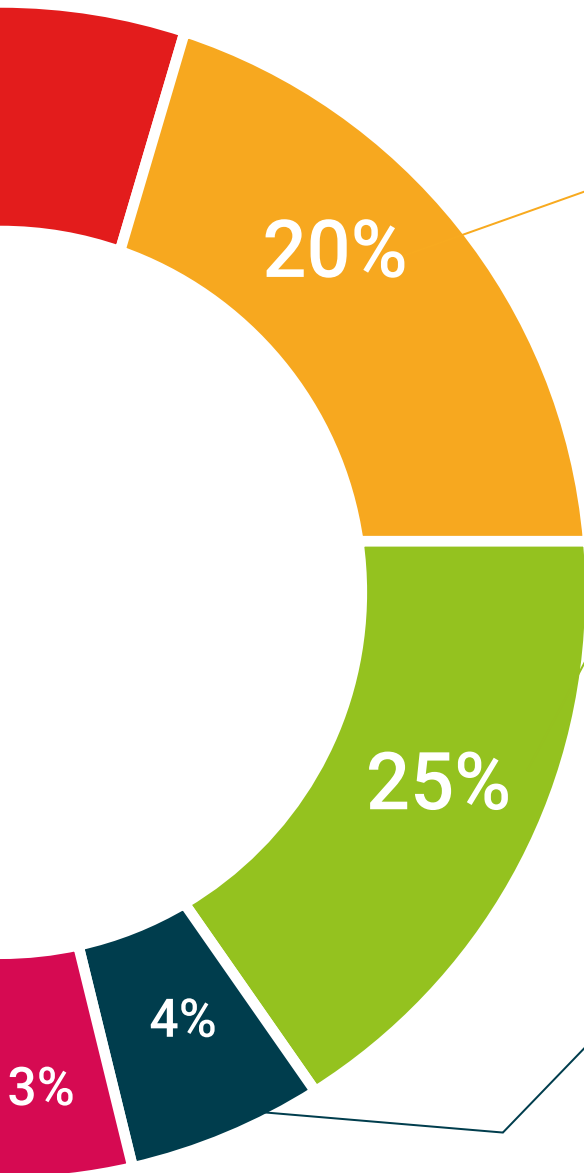
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Kompetenzen und Fertigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Übungen und Aktivitäten zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein Spezialist im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



#### 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 e" 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 Universitätskurs in Copywriting für Markenaufbau 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 **Universitätskurs in Copywriting für Markenaufbau** 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: **Universitätskurs in Copywriting für Markenaufbau**

Modalität: **online**

Dauer: **6 Wochen**



\*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 innovation  
wissen gegenwart qualität  
online-Ausbildung  
entwicklung institutionen  
virtuelles Klassenzimmer

**tech** technologische  
universität

Universitätskurs

Copywriting für Markenaufbau

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

# Universitätskurs

## Copywriting für Markenaufbau

