

Universitätskurs

Creative Branding: Kommunikation und Management von Kreativen Marken





Universitätskurs

Creative Branding: Kommunikation und Management von Kreativen Marken

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

Internetzugang: www.techtitute.com/de/journalismus-kommunikation/universitatskurs/creative-branding-kommunikation-management-kreativen-marken

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Kursleitung

Seite 12

04

Struktur und Inhalt

Seite 18

05

Methodik

Seite 22

06

Qualifizierung

Seite 30

01

Präsentation

Einer der wichtigsten Aspekte in der Kreativwirtschaft ist die richtige Kommunikation und das *Branding*, denn sie entscheiden maßgeblich über den Erfolg der jeweiligen Initiativen. Gute Kommunikationsstrategien erfordern jedoch qualifizierte Fachleute. Und die Nachfrage nach solchen Fachkräften ist groß, denn sie sind nicht im Überfluss vorhanden. Aus diesen Gründen bietet dieser Studiengang alle notwendigen Kenntnisse, um ein Experte für *Branding* und Kommunikation zu werden und Zugang zum Arbeitsmarkt der Kulturindustrie zu erhalten.





“

Kommunikation und Branding sind von grundlegender Bedeutung: Ohne sie scheitern kreative und künstlerische Aktivitäten”

Jedes künstlerische und kulturelle Projekt kann einen Wert für die Gesellschaft haben. Wenn es mit Mühe und wirtschaftlichen Investitionen realisiert wurde, hat es auch einen wirtschaftlichen Wert. Aber wenn es nicht richtig verbreitet wird, verschwinden all diese Anstrengungen und dieser Wert, weil es kein breites Publikum erreicht und auch nicht in der Lage ist, sein Zielpublikum zu erreichen.

Dies zeigt, wie wichtig eine gute Kommunikations- und *Branding*-Strategie ist: Ohne sie stagnieren kulturelle Initiativen und ihr Wert geht verloren. Diese Kommunikation ist jedoch nicht einfach, vor allem nicht im Bereich der Kreativwirtschaft, da es sich um einen Sektor voller Besonderheiten und unterschiedlicher Disziplinen handelt. Es gibt nicht nur Unterschiede zwischen diesen und anderen Sektoren, sondern auch innerhalb der Kulturwirtschaft selbst müssen die Nuancen zwischen den verschiedenen Aktivitäten berücksichtigt werden. Beispielsweise wird die Kommunikation für ein Filmunternehmen oder eine Aktivität anders geplant als für eine literarische Aktivität.

Es besteht daher ein Bedarf an einer spezifischen Weiterbildung, die sich auf diese Industrien konzentriert, damit der Student die in diesem Bereich bestehenden Bedürfnisse verstehen und die notwendigen Methoden zur Verbreitung von Informationen, die eine angemessene Verbreitung erreichen sollen, effizient anwenden kann. Dieser Universitätskurs ist daher die Antwort auf dieses Problem, da er alle notwendigen Kenntnisse vermittelt, damit der Student ein Spezialist auf diesem Gebiet und darüber hinaus eine professionelle Führungspersönlichkeit in seinem geografischen Umfeld werden kann.

Der **Universitätskurs in Creative Branding: Kommunikation und Management von Kreativen Marken** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Die hervorstechendsten Merkmale sind:

- ♦ Spezifische Kenntnisse in Kommunikation und *Branding*, angewandt auf die Kreativwirtschaft
- ♦ Eine praktische Perspektive, die es den Studenten ermöglicht, das Gelernte in den Bereichen Kommunikation und *Branding* auf ihre Berufsfelder anzuwenden
- ♦ 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



Werden Sie dank dieses Universitätskurses zum Experten für Kommunikation und Branding in der Kreativwirtschaft"

“

Kommunikation ist von grundlegender Bedeutung: ohne sie können die interessantesten kulturellen Projekte nicht verbreitet werden”

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

Ein gutes Unternehmen oder eine gute Initiative beginnt mit einem guten Namen: werden Sie mit dieser Qualifikation zum Experten für Branding.

Kulturunternehmen brauchen Kommunikationsspezialisten: lassen Sie sie nicht warten.



02 Ziele

Ziel dieses Studiengangs ist es, den Studenten die besten Kenntnisse im Bereich der Kommunikation in der Kreativwirtschaft zu vermitteln und ihnen das nötige Handwerkszeug an die Hand zu geben, um die besten *Branding*-Lösungen vorzuschlagen. Auf diese Weise werden die Studenten in ihrem beruflichen Umfeld zu hochgeschätzten Spezialisten, die einen Mehrwert für ihr Unternehmen und ihre kulturellen Projekte schaffen.



REPUTATION

Jan Feb Mar Apr May Jun Jul Aug Sep Oct



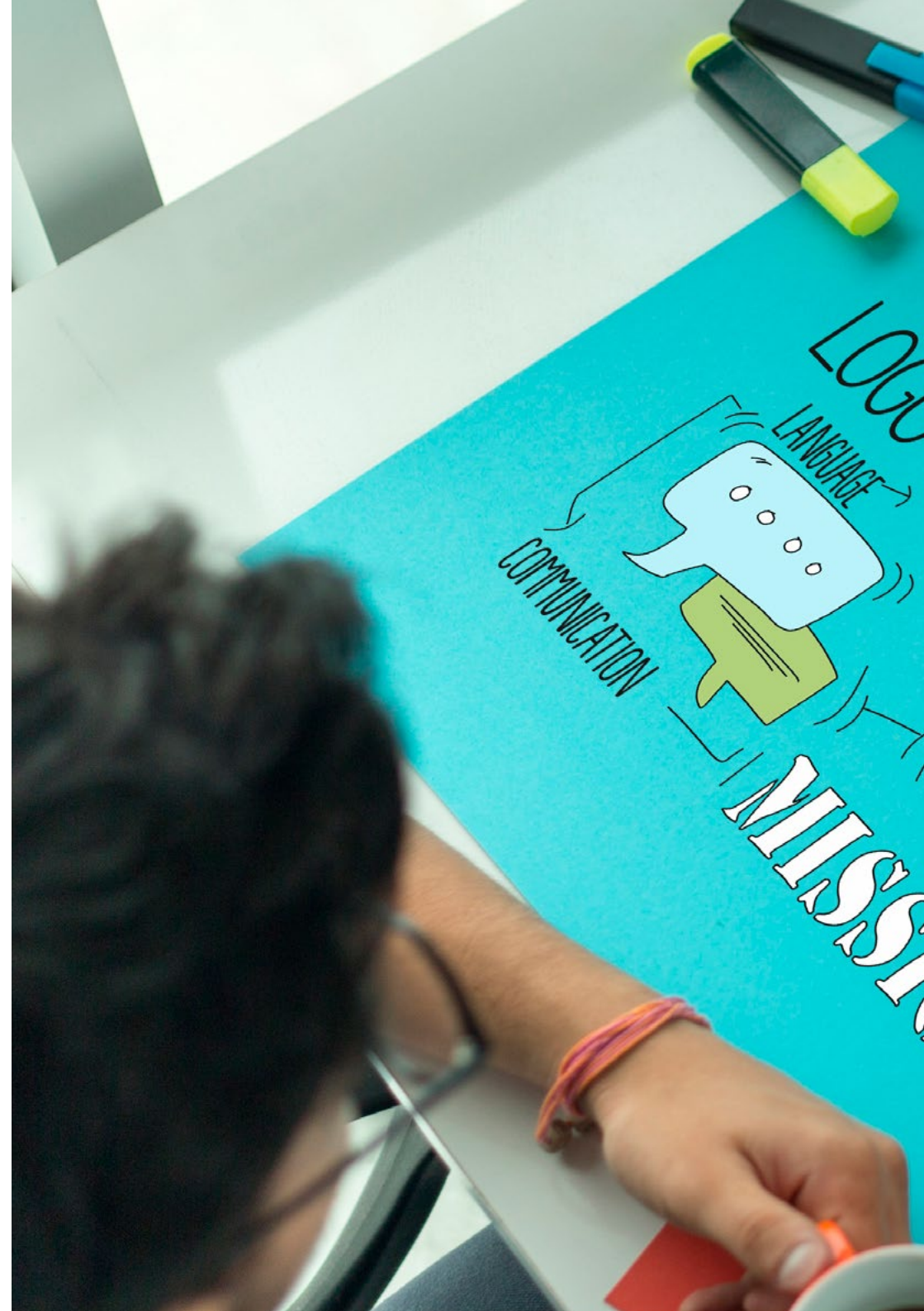
“

*Die besten Branding-Techniken
erwarten Sie in diesem Studiengang”*



Allgemeine Ziele

- Verstehen wie Kreativität und Innovation zu den treibenden Kräften der Wirtschaft geworden sind
- Nutzen der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien als Instrument für das Lernen und den Erfahrungsaustausch im Rahmen des Studiums
- Entwickeln von Kommunikationsfähigkeiten, sowohl in schriftlicher als auch in mündlicher Form, sowie der Fähigkeit, effektive professionelle Präsentationen in der täglichen Praxis zu halten
- Erwerben von Kenntnissen über Marktforschung, strategische Visionen, digitale und Co-Creation-Methoden





Spezifische Ziele

Modul 1. *Creative Branding*: Kommunikation und Management von kreativen Marken

- Verstehen des Prozesses der Entstehung und Entwicklung einer Marke
- Wissen, wie man die grafische Identität der Marke gestaltet
- Kennen der wichtigsten Techniken und Werkzeuge der Kommunikation
- In der Lage sein, das *Briefing* des Unternehmens durchzuführen



Wenn Sie diesen Universitätskurs abgeschlossen haben, werden Sie Ihren Zielen ein großes Stück näher kommen"



03

Kursleitung

In einem so wichtigen Bereich wie Kommunikation und *Branding*, insbesondere in der Kreativwirtschaft, braucht es hochqualifizierter Dozenten, die ihren Studenten wertvolle Inhalte und Erfahrungen vermitteln. Aus diesem Grund verfügt dieser Universitätskurs über die besten Dozenten auf diesem Gebiet, so dass die Studenten die besten Kommunikationstechniken erlernen und in ihren Berufsfeldern anwenden können.





“

Kommunikation und Branding sind von grundlegender Bedeutung, deshalb stellt TECH Ihnen die besten Dozenten zur Seite”

Gast-Direktion

S. Mark Young ist ein international anerkannter Experte, der sich in seiner Forschung auf die Unterhaltungsindustrie konzentriert hat. Seine Ergebnisse wurden mit zahlreichen Preisen ausgezeichnet, darunter der 2020 Lifetime Achievement Award in Accounting and Management von der American Accounting Association. Außerdem erhielt er drei Auszeichnungen für seine Beiträge zur wissenschaftlichen Literatur in diesen Bereichen.

Einer der Höhepunkte seiner Karriere war die Veröffentlichung der Studie „Narcissism and Celebrities“ (Narzissmus und Prominente) zusammen mit Dr. Drew Pinsky. In diesem Text wurden direkte Daten zu berühmten Persönlichkeiten aus Film und Fernsehen zusammengestellt. In dem Artikel, der später zu einem Bestseller wurde, analysierte der Experte die narzisstischen Verhaltensweisen von Zelluloidstars und wie diese in den modernen Medien normalisiert wurden. Gleichzeitig ging er auf die Auswirkungen dieser Verhaltensweisen auf die heutige Jugend ein.

Im Laufe seiner beruflichen Karriere hat sich Young auch mit der Organisation und der Ausrichtung der Filmindustrie befasst. Insbesondere hat er Modelle zur Vorhersage des Kassenerfolgs großer Filme untersucht. Er hat auch einen Beitrag zum Activity Based Accounting und zur Gestaltung von Kontrollsystemen geleistet. Bekannt ist vor allem sein Einfluss auf die Einführung eines effektiven Managements auf der Grundlage der Balanced Scorecard.

Auch die akademische Arbeit hat sein Berufsleben geprägt, und er wurde auf den George Bozanic and Holman G. Hurt Research Chair in Sports and Entertainment Business gewählt. Er hat auch Vorlesungen gehalten und an Studienprogrammen in den Bereichen Rechnungswesen, Journalismus und Kommunikation teilgenommen. Gleichzeitig führten ihn seine Grund- und Aufbaustudien an renommierte amerikanische Universitäten wie Pittsburgh und Ohio.



Dr. Young, S. Mark

- George Bozanic und Holman G. Hurt Lehrstuhl für Sport- und Unterhaltungswirtschaft
- Offizieller Historiker der Tennismannschaft der University of Southern California
- Akademischer Forscher, spezialisiert auf die Entwicklung von Prognosemodellen für die Filmindustrie
- Mitverfasser des Buches "Narzissmus und Prominente"
- Promotion in Rechnungswesen an der Universität von Pittsburgh
- Masterstudiengang in Rechnungswesen an der Ohio State University
- Hochschulabschluss in Wirtschaftswissenschaften vom Oberlin College
- Mitglied des Center for Excellence in Teaching

“

Dank TECH werden Sie mit den besten Fachleuten der Welt lernen können”

Leitung



Dr. Velar, Marga

- ♦ Management von Unternehmensmarketing bei der SGN Group (New York)
- ♦ Geschäftsführung bei Forefashion Lab
- ♦ Dozentin am Universitätszentrum Villanueva, an der ISEM Fashion Business School und an der Fakultät für Kommunikation der Universität von Navarra
- ♦ Promotion in Kommunikation an der Universität Carlos III von Madrid
- ♦ Hochschulabschluss in Audiovisueller Kommunikation mit einem Universitätskurs in Kommunikation und Modemanagement vom Universitätszentrum Villanueva der Universität Complutense von Madrid
- ♦ MBA in *Fashion Business Management* von der ISEM Fashion Business School



04

Struktur und Inhalt

Um den Studenten den besten Lernprozess zu bieten, hat TECH die besten Experten mit der Gestaltung der Inhalte dieses Universitätskurses beauftragt. In einem Modul, das in 10 Themen unterteilt ist, lernen die Studenten alles, was sie brauchen, um eine angemessene Kommunikation durchzuführen und ihren Arbeitgebern und Kunden ein bahnbrechendes *Branding* vorzuschlagen.





“

Die besten Inhalte warten auf Sie: Sie haben keine Ausreden mehr. Spezialisieren Sie sich auf Kommunikation und kreatives Markenmanagement”

Modul 1. *Creative Branding*: Kommunikation und Management von Kreativen Marken

- 1.1. *Brands and Branding*
 - 1.1.1. Markenzeichen
 - 1.1.2. Entwicklung des *Branding*
 - 1.1.3. Positionierung, Markenpersönlichkeit, Bekanntheitsgrad
- 1.2. Markenbildung
 - 1.2.1. Marketing Mix
 - 1.2.2. Markenarchitektur
 - 1.2.3. Markenidentität
- 1.3. Ausdruck der Marke
 - 1.3.1. Grafische Identität
 - 1.3.2. Visueller Ausdruck
 - 1.3.3. Andere Elemente, die die Marke widerspiegeln
- 1.4. Kommunikation
 - 1.4.1. Annäherungen
 - 1.4.2. *Brand Touchpoints*
 - 1.4.3. Kommunikationstechniken und -werkzeuge
- 1.5. *Brand Content*
 - 1.5.1. Von Marken zu Unterhaltungsplattformen
 - 1.5.2. Der Aufstieg der Markeninhalte
 - 1.5.3. Bindung an das Publikum durch einzigartiges Storytelling
- 1.6. *Visual Storytelling*
 - 1.6.1. Markenanalyse
 - 1.6.2. Kreative Werbekonzepte
 - 1.6.3. Kreatives Verkaufen





- 1.7. *Customer Experience*
 - 1.7.1. *Customer Experience (CX)*
 - 1.7.2. *Customer Journey*
 - 1.7.3. Markenausrichtung und CX
- 1.8. Strategische Planung
 - 1.8.1. Ziele
 - 1.8.2. Identifizierung von Zielgruppen und *Insights*
 - 1.8.3. Strategieentwicklung
- 1.9. *Performance*
 - 1.9.1. Das *Briefing*
 - 1.9.2. Taktik
 - 1.9.3. Produktionsplan
- 1.10. Bewertung
 - 1.10.1. Was ist zu bewerten?
 - 1.10.2. Wie ist zu bewerten? (Messinstrumente)
 - 1.10.3. Berichterstattung über die Ergebnisse

“

Alle Kommunikations- und Branding-Tools, die Sie in Ihrem beruflichen Umfeld benötigen“

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 aufgibt 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 die Grundlagen der traditionellen Universitäten in der ganzen Welt verschiebt”



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



Die Studierenden lernen durch gemeinschaftliche Aktivitäten und reale Fälle die Lösung komplexer Situationen in realen Geschäftsumgebungen.

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 Fallstudienmethode ist das am weitesten verbreitete Lernsystem an den besten Business Schools der Welt, seit es sie gibt. Die Fallmethode wurde 1912 entwickelt, damit die Jurastudenten das Recht nicht nur anhand theoretischer Inhalte erlernen, sondern ihnen reale, komplexe Situationen vorlegen, damit sie fundierte Entscheidungen treffen und Werturteile darüber fällen können, wie diese zu lösen sind. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard eingeführt.

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

Relearning Methodik

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 auszubilden. 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 Online-Universität in Spanisch 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 ausgebildet. 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 neurokognitiven kontextabhängigen E-Learnings 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 TECH-Online-Arbeitsmethode zu schaffen. Und das alles mit den neuesten Techniken, die dem Studenten qualitativ hochwertige Stücke aus jedem einzelnen Material zur Verfügung stellen.



Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt.

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



Fertigkeiten und Kompetenzen Praktiken

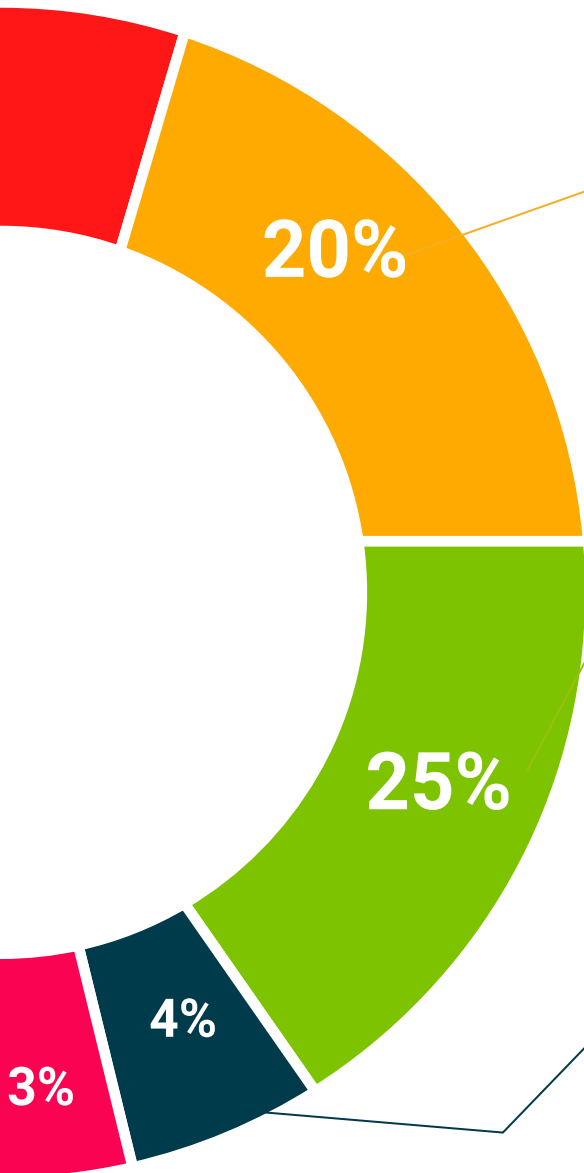
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Kompetenzen und Fertigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Praktiken und Dynamiken zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein Spezialist im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



Weitere Lektüren

Aktuelle Artikel, Konsensdokumente und internationale Leitfäden, u.a. In der virtuellen Bibliothek von TECH haben die Studenten Zugang zu allem, was sie für ihre Ausbildung benötigen.





Fallstudien

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.



Prüfung und Nachprüfung

Die Kenntnisse der Studenten werden während des gesamten Programms regelmäßig durch Bewertungs- und Selbsteinschätzungsaktivitäten und -übungen beurteilt und neu bewertet, so dass die Studenten überprüfen können, wie sie ihre Ziele erreichen.



06

Qualifizierung

Der Universitätskurs in Creative Branding: Kommunikation und Management von Kreativen Marken 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 Creative Branding: Kommunikation und Management von Kreativen Marken** 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 Creative Branding: Kommunikation und Management von Kreativen Marken**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **150 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

tech technologische
universität

Universitätskurs

Creative Branding:
Kommunikation und Management
von Kreativen Marken

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

Universitätskurs

Creative Branding: Kommunikation und
Management von Kreativen Marken

