

Universitätskurs

Planung von Werbemitteln





Universitätskurs

Planung von Werbemitteln

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

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

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

Die Kenntnis einer geeigneten Werbeplanung ermöglicht den Journalisten den Zugang zu den Positionen, die die meisten Aufrufe zu den wettbewerbsfähigsten Kosten auf dem Markt erzielen. Dies setzt jedoch eine geeignete Kommunikationsstrategie voraus, die auch eine Publikumsforschung einschließt, um die Medien zu ermitteln, die die größte Wirkung auf die Zielgruppe des Unternehmens haben. Dieses Programm von TECH vermittelt den Studenten die notwendige Spezialisierung, um in diesem Bereich erfolgreich zu sein.



“

Werden Sie Experte im Kauf und Verwaltung von Werbemitteln und erhalten Sie Zugang zu den wettbewerbsfähigsten Medien"

Der Universitätskurs in Planung von Werbemitteln bietet den Studenten einen sehr präzisen und transparenten Einblick in die Art und Weise, wie ein Mediaplan in Übereinstimmung mit den Unternehmenszielen umgesetzt werden muss, um das gewünschte Publikum zu erreichen und somit hohe Einschaltquoten und Konsumraten zu erzielen.

Zu diesem Zweck deckt der Lehrplan die wichtigsten und innovativsten Aspekte des Themas ab, von der Kenntnis des Publikums über die traditionellsten Werbekanäle bis hin zu den innovativsten neuen Technologien, die mit dem Aufkommen der sozialen Netzwerke entstanden sind. Es liefert auch die Grundlagen für die Entwicklung der für den Sektor am besten geeigneten Kommunikationsstrategien.

So wird in diesem Programm ein reales Arbeitsszenario vorgestellt, um die Eignung seiner Anwendung im Projekt des Unternehmens zu bewerten, indem die tatsächlichen Indikationen, die Art und Weise seiner Entwicklung und die erwarteten Ergebnisse bewertet werden. Ein vollständiger und spezifischer Überblick, der es den Studenten ermöglicht, jede dieser Aufgaben im Zusammenhang mit der Planung von Werbeträgern sicher und zuverlässig zu bewältigen.

Ein 100%iges Online-Programm, das Journalisten und Kommunikatoren die einzigartige Möglichkeit bietet, sich direkt von zu Hause aus in diesem Bereich fortzubilden, ohne ein physisches Zentrum aufsuchen zu müssen. All dies wird von der innovativsten Lehrmethodik auf dem Markt begleitet, die das Studium erleichtert und interaktive Aktivitäten ermöglicht, die für das Studium von großem Wert sind.

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

- ♦ Der Einsatz der neuesten Technologie in der Online-Lehrsoftware
- ♦ 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



Wenn Sie die wichtigsten Werbeträger kennen, können Sie den für Ihr Unternehmen am besten geeigneten auswählen"

“ *Ein erstklassiges Programm, das Ihnen beibringt, wie Sie die für Ihr Unternehmen am besten geeigneten Werbemittel auswählen können*”

Zu den Dozenten des Programms gehören Fachleute aus der Branche, die ihre Erfahrungen aus ihrer Arbeit in diese Weiterbildung einbringen, sowie anerkannte Spezialisten aus führenden Unternehmen und renommierten 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.

TECH ist eine Universität des 21. Jahrhunderts, die sich dem Online-Unterricht als Hauptlehrmethode verschrieben hat.

Das Online-Format dieses Programms ermöglicht Ihnen, im eigenen Tempo zu studieren, ohne dass Sie zu einem physischen Zentrum reisen müssen.



02 Ziele

Das Hauptziel dieses akademischen Studiengangs der TECH, der sich speziell an Journalisten und Kommunikatoren richtet, besteht darin, den Studenten die notwendigen Kenntnisse zu vermitteln, damit sie in der Lage sind, präzise Strategien anzuwenden, um die geeigneten Werbeträger zu planen, in denen sie ihre Kampagnen veröffentlichen und die Ziele ihres Unternehmens erreichen können. Auf diese Weise werden sie in die Lage versetzt, ihre Werbeprojekte in einem hart umkämpften Markt umzusetzen.



“

Entwickeln Sie die entsprechenden Fähigkeiten, um Werbemittel richtig zu planen und dazu beizutragen, dass die Produkte Ihres Unternehmens in der Öffentlichkeit bekannt sind und konsumiert werden"



Allgemeines Ziel

- Aneignen der erforderlichen Kenntnisse zur Durchführung einer angemessenen Werbekommunikation unter Verwendung der modernsten Instrumente für die Medienplanung



Ein Bildungsweg, der Ihnen zu mehr Wettbewerbsfähigkeit auf dem Arbeitsmarkt verhilft"





Spezifische Ziele

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



03

Struktur und Inhalt

Die Struktur dieses Universitätskurses wurde im Hinblick auf die Spezialisierungsbedürfnisse von Journalisten im Bereich der Planung von Werbemitteln entwickelt. Der Lehrplan reicht von Kommunikationsstrategien über Werbeplanung bis hin zu den klassischen Medien und dem Publikum. Ein sehr umfassender Studienplan, der den Studenten ein Gesamtbild des Sektors vermittelt, das ihnen eine erfolgreiche berufliche Entwicklung in diesem Bereich ermöglicht.





“

Mit der richtigen Werbeplanung können Sie Ihr Publikum effektiv erreichen"

Modul 1. Planung von Werbemitteln

- 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 *Planner* 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 des *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. GPRS

“*Eine vollständige akademische Reise durch die wichtigsten Konzepte und Strategien der Planung von Werbemitteln*”

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 Universitätskurs 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 **Universitätskurs 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: **Universitätskurs in Planung von Werbemitteln**

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
gemeinschaft verpflichtung
persönliche betreuung innovation
wissen gegenwart qualität
online-Ausbildung
entwicklung institut
virtuelles Klassenzimmer

tech technologische
universität

Universitätskurs

Planung von Werbemitteln

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

Universitätskurs

Planung von Werbemitteln

