

Universitätskurs

Theorie der Werbung





tech technologische
universität

Universitätskurs

Theorie der Werbung

- » 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/theorie-werbung

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

Das Programm Theorie der Werbung bietet Journalisten einen Überblick über das Werbesystem: seine Akteure, den kreativen Prozess, die Planung und seine möglichen sozialen Auswirkungen. Diese Fortbildung dient der Spezialisierung von Fachleuten des Journalismus auf diesem Gebiet und der Förderung von Beherrschung, Techniken und den neuesten Trends.



Coca-Cola

COFFEE

“

Werden Sie ein exzellenter Journalist und lernen Sie Geschichten zu erzählen, die den Verbrauchern Ihre Produkte oder Dienstleistungen näher bringen“

Das Studium des Journalismus ist eines der gefragtesten an allen Universitäten, da dieser Beruf einen großen Einfluss auf die Bevölkerung hat und seit seinen Anfängen eine große Bedeutung besitzt. Der Journalismus umfasst verschiedene Bereiche: Soziales, Kultur, Wirtschaft, Sport, Internationales, Ereignisse, Konflikte usw. Daher müssen sich die Fachleute in diesem Bereich spezialisieren, um die Geschichten auf die jeweils am besten geeignete Weise zu erzählen.

Außerdem kann die Übertragung von Informationen über verschiedene Medien erfolgen. Konkret zielt diese Spezialisierung darauf ab, Studenten in der Theorie der Werbung fortzubilden. Dazu ist es notwendig, eine Reihe von Kompetenzen zu erwerben, die es ermöglichen, das Gelernte in die Praxis umzusetzen.

Der Lehrplan befasst sich mit den Grundlagen und der Geschichte der Werbung, ihren Protagonisten (Werbetreibende, Agenturen und Rezipienten), dem Prozess der Werbeerstellung und den Medien, über die sie durchgeführt werden kann. Ergänzt wird dies durch eine Reihe von Erfolgsgeschichten, um das Verständnis zu erleichtern.

Dieses Programm ist das vollständigste und zielt darauf ab, Fachleuten im Bereich des Journalismus und der Kommunikation zu helfen, ein höheres Leistungsniveau zu erreichen, basierend auf den Grundlagen und den neuesten Trends in der Werbung. Nutzen Sie die Gelegenheit und werden Sie mit diesem akademischen Programm und der neuesten 100%igen Online-Bildungstechnologie ein Profi mit soliden Grundlagen.

Dieser **Universitätskurs in Theorie der Werbung** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Die hervorstechendsten Merkmale sind:

- ♦ Die Entwicklung von Fallstudien, die von Experten für Theorie der Werbung vorgestellt werden
- ♦ Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt vermittelt alle für die berufliche Praxis unverzichtbaren wissenschaftlichen und praktischen Informationen
- ♦ Er enthält praktische Übungen, in denen der Selbstbewertungsprozess durchgeführt werden kann, um das Lernen zu verbessern
- ♦ Sein besonderer Schwerpunkt liegt auf innovativen Lehrmethoden im Bereich der Theorie der Werbung
- ♦ Das interaktive Lernsystem, welches auf Algorithmen zur Entscheidungsfindung in gegebenen Situationen basiert
- ♦ Theoretische Vorträge, Fragen an den Experten, Diskussionsforen zu kontroversen Themen und individuelle Reflexionsarbeit
- ♦ Die Verfügbarkeit des Zugriffs auf die Inhalte von jedem festen oder tragbaren Gerät mit Internetanschluss



Dieses Programm wird es Ihnen ermöglichen, Ihre Fähigkeiten zu verbessern und ein erfolgreicher Journalist zu werden“

“

Dieser Universitätskurs ist perfekt für Sie, um zu wissen, wie Sie die Geschichte, die Sie erzählen wollen, professionell erzählen können”

Verpassen Sie nicht die Gelegenheit, Ihre Kompetenzen im Bereich Theorie der Werbung zu erweitern.

Lernen Sie die neuesten Trends in der Theorie der Werbung kennen und werden Sie der Beste in diesem Bereich.

Zu den Dozenten gehören Fachleute aus der Welt des Journalismus, die ihre Erfahrungen aus ihrer Arbeit in diese Fortbildung einbringen, sowie anerkannte Spezialisten aus führenden Unternehmen und renommierten Universitäten.

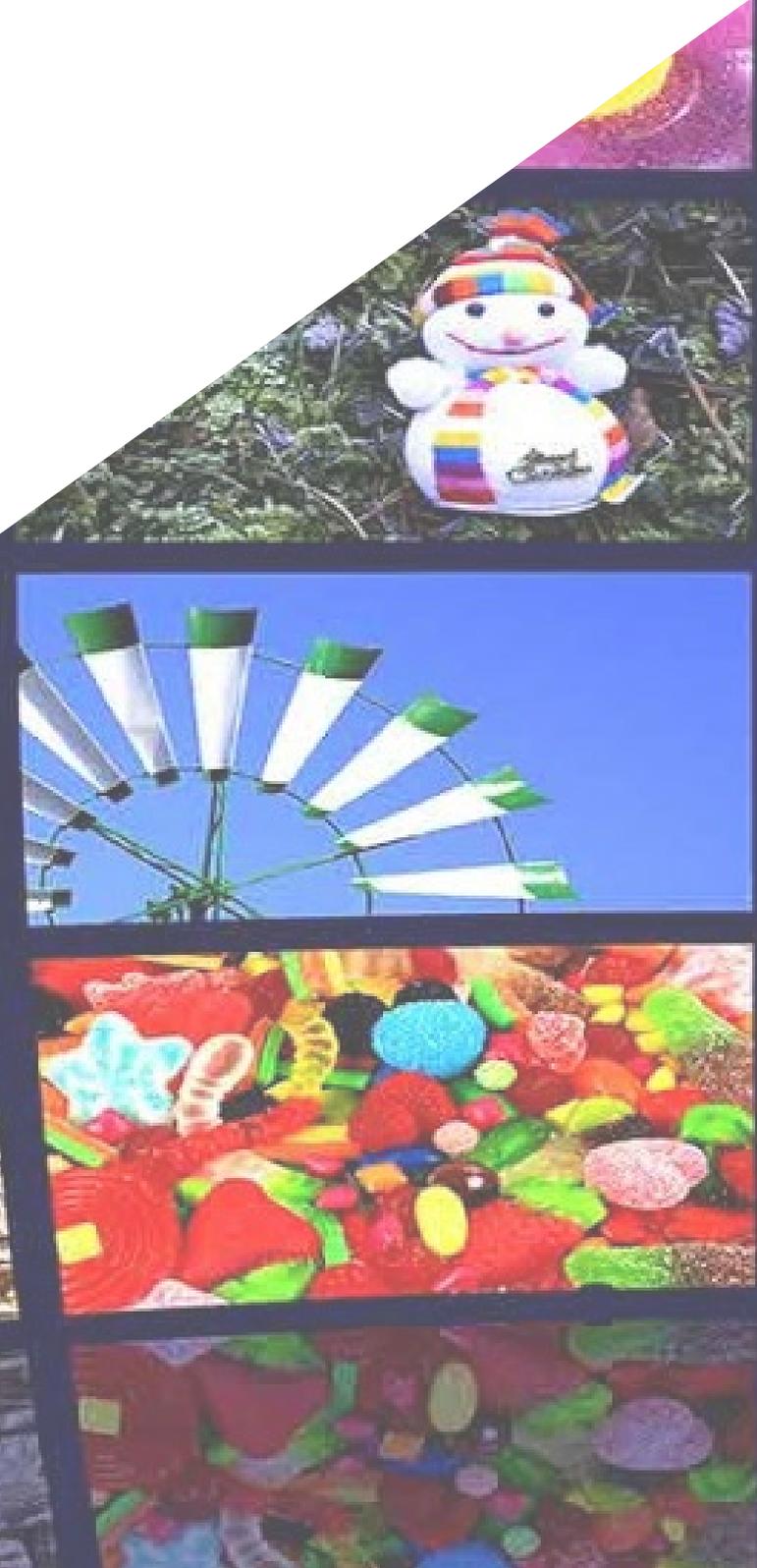
Die multimedialen Inhalte, die mit den neuesten Bildungstechnologien entwickelt wurden, werden der Fachkraft ein situiertes und kontextbezogenes Lernen ermöglichen, d. h. eine simulierte Umgebung, die ein immersives Studium ermöglicht, das auf die Ausführung in realen Situationen ausgerichtet ist.

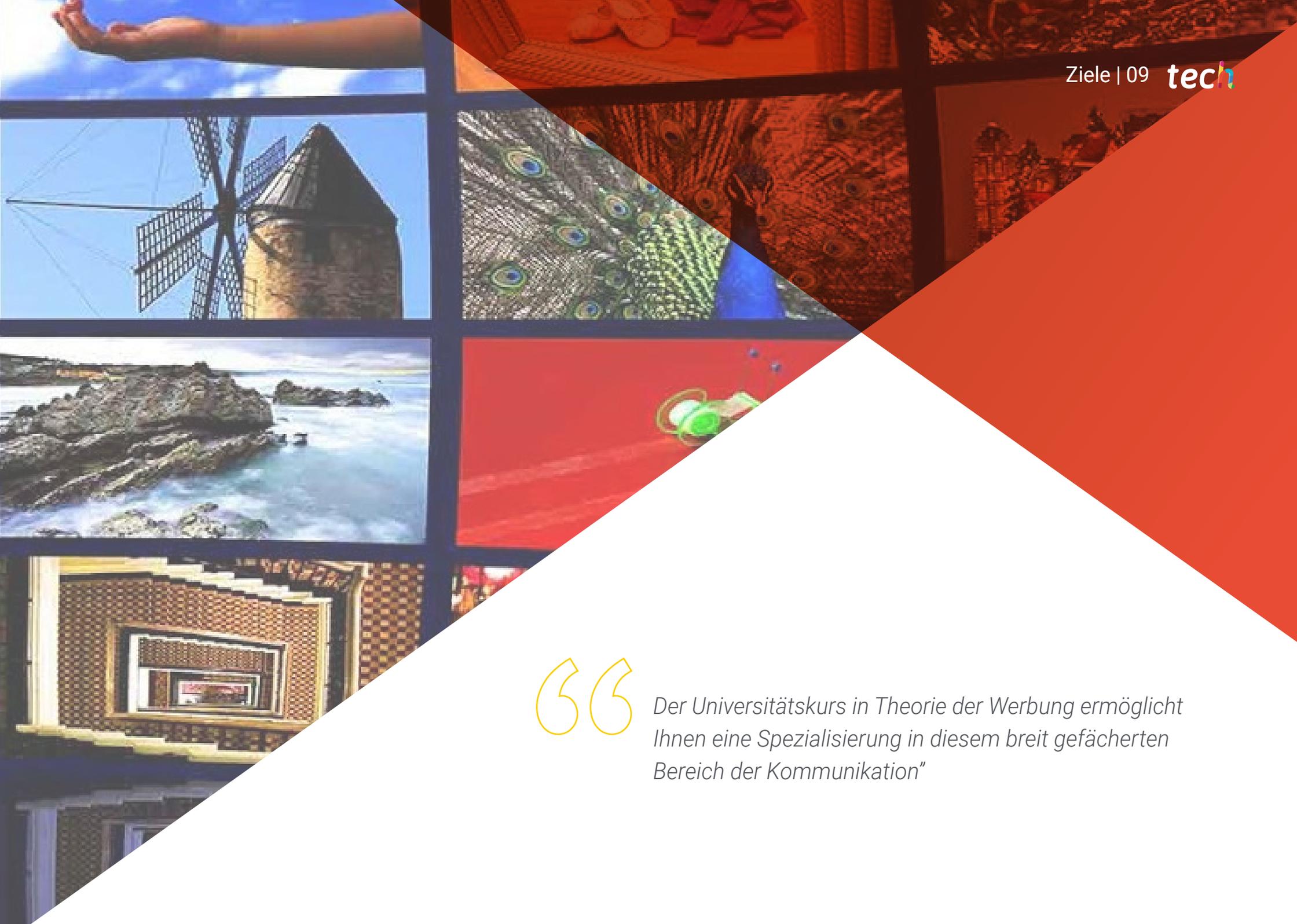
Das Konzept dieses Programms konzentriert sich auf problemorientiertes Lernen, bei dem der Student versuchen muss, die verschiedenen Situationen der beruflichen Praxis zu lösen, die ihm gestellt werden. Dabei wird die Fachkraft von einem innovativen interaktiven Videosystem unterstützt werden, das von renommierten und erfahrenen Experten auf dem Gebiet der Theorie der Werbung entwickelt wurde.



02 Ziele

Dieser Universitätskurs richtet sich an Fachleute aus dem Bereich des Journalismus, damit sie sich das nötige Rüstzeug aneignen können, um sich in diesem speziellen Bereich weiterzuentwickeln, die neuesten Trends zu kennen und sich mit den Themen zu befassen, die in diesem Bereich an vorderster Front stehen.





“

Der Universitätskurs in Theorie der Werbung ermöglicht Ihnen eine Spezialisierung in diesem breit gefächerten Bereich der Kommunikation”



Allgemeines Ziel

- Verstehen der Theorien von Werbung, Marketing, Public Relations und Unternehmenskommunikation

“

Schreiben Sie sich in den besten Studiengang in Theorie der Werbung ein, den es derzeit an den Universitäten gibt”





Spezifische Ziele

- ♦ Kennen des Ursprungs, der Entwicklung und der wirtschaftlichen und sozialen Auswirkungen der Werbung
- ♦ In der Lage sein, die Struktur von Werbeagenturen zu beschreiben
- ♦ Kennen der Grundbegriffe von Werbung und Marketing
- ♦ Abgrenzen der einzelnen Funktionen für die Verwaltung des Informationsunternehmens und ihre Hauptanwendungen hervorheben



03

Struktur und Inhalt

Die Struktur der Inhalte wurde von einem Team von Fachleuten aus dem Bereich Journalismus entworfen, die sich der Relevanz der Aktualität der Fortbildung bewusst sind, um das Wissensgebiet zu vertiefen, damit eine professionelle Qualitätsarbeit unter Verwendung der neuen verfügbaren Werkzeuge geleistet werden kann.



“

*Dieser Universitätskurs in Theorie der Werbung
enthält das vollständigste und aktuellste
Lernprogramm auf dem Markt”*

Modul 1. Theorie der Werbung

- 1.1. Grundlagen der Werbung
 - 1.1.1. Einführung
 - 1.1.2. Grundlagen der Werbung und des Marketings
 - 1.1.2.1 Marketing
 - 1.1.2.2. Werbung
 - 1.1.3. Werbung, Public Relations und Propaganda
 - 1.1.4. Dimensionen und gesellschaftliche Bedeutung der zeitgenössischen Werbung
 - 1.1.5. Erfolgreiche Werbung: KFC
- 1.2. Geschichte der Werbung
 - 1.2.1. Einführung
 - 1.2.2. Ursprung
 - 1.2.3. Die industrielle Revolution und die Werbung
 - 1.2.4. Die Entwicklung der Werbeindustrie
 - 1.2.5. Werbung in der Welt des Internets
 - 1.2.6. Erfolgreiche Werbung: Fallstudie Coca-Cola
- 1.3. Werbung und ihre Akteure I: der Werbetreibende
 - 1.3.1. Einführung
 - 1.3.2. Die Funktionsweise der Werbeindustrie
 - 1.3.3. Arten von Werbetreibenden
 - 1.3.4. Werbung im Organigramm des Unternehmens
 - 1.3.5. Erfolgreiche Werbung: Fallstudie Facebook
- 1.4. Werbung und ihre Akteure II: Werbeagenturen
 - 1.4.1. Einführung
 - 1.4.2. Die Werbeagentur: Profis der Werbekommunikation
 - 1.4.3. Die Organisationsstruktur von Werbeagenturen
 - 1.4.4. Arten von Werbeagenturen
 - 1.4.5. Honorarverwaltung in Werbeagenturen
 - 1.4.6. Erfolgreiche Werbung: Nike
- 1.5. Werbung und ihre Akteure III: der Werbeempfänger
 - 1.5.1. Einführung
 - 1.5.2. Der Werbeempfänger und sein Kontext
 - 1.5.3. Der Werbeempfänger als Verbraucher
 - 1.5.4. Bedürfnisse und Wünsche in der Werbung
 - 1.5.5. Werbung und Gedächtnis: über die Wirksamkeit von Werbung
 - 1.5.6. Erfolgreiche Werbung: Fallstudie Ikea
- 1.6. Der Prozess der Werbegestaltung I: vom Werbetreibenden zu den Medien
 - 1.6.1. Einführung
 - 1.6.2. Vorläufige Aspekte des kreativen Werbeprozesses
 - 1.6.3. Der Werbeauftrag oder Kommunikationsauftrag
 - 1.6.4. Die kreative Strategie
 - 1.6.5. Medienstrategie
 - 1.6.5.1. Erfolgreiche Werbung: Apple
- 1.7. Der Prozess der Werbegestaltung II: Kreativität und Werbung
 - 1.7.1. Einführung
 - 1.7.2. Grundlagen der kreativen Arbeit von Werbern
 - 1.7.3. Kreativität in der Werbung und ihr kommunikativer Status
 - 1.7.4. Kreative Arbeit in der Werbung
 - 1.7.5. Erfolgreiche Werbung: Fallstudie Real Madrid
- 1.8. Der Prozess der Werbegestaltung III: Ideenfindung und Entwicklung des Werbemanifests
 - 1.8.1. Einführung
 - 1.8.2. Kreative Konzeption und Strategie
 - 1.8.3. Der kreative Designprozess
 - 1.8.4. Die zehn grundlegenden Wege der Kreativität nach Luis Bassat: Die Werbegesner
 - 1.8.5. Werbeformate
 - 1.8.6. Erfolgreiche Werbung: McDonald's



- 1.9. Planung von Werbemitteln
 - 1.9.1. Einführung
 - 1.9.2. Medien und Planung
 - 1.9.3. Werbemittel und ihre Klassifizierung
 - 1.9.4. Tools für die Medienplanung
 - 1.9.5. Erfolgreiche Werbung: Pepsi
- 1.10. Werbung, Gesellschaft und Kultur
 - 1.10.1. Einführung
 - 1.10.2. Die Beziehung zwischen Werbung und Gesellschaft
 - 1.10.3. Werbung und Emotionen
 - 1.10.4. Werbung, Themen und Dinge
 - 1.10.5. Erfolgreiche Werbung: Burger King

“*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

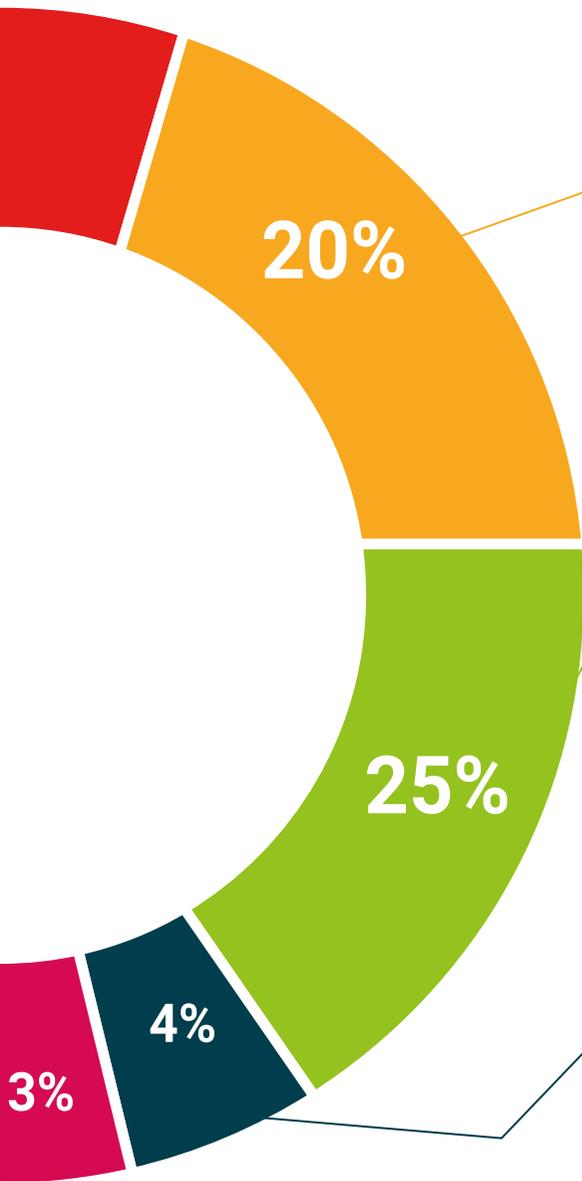
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Kompetenzen und Fertigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Übungen und Aktivitäten zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein Spezialist im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



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 Universitätskurs in Theorie der Werbung 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 Theorie 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 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 Theorie der Werbung**

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 innovationen
wissen gegenwart qualität
online-Ausbildung
entwicklung instituten
virtuelles Klassenzimmer

tech technologische
universität

Universitätskurs

Theorie der Werbung

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

Universitätskurs

Theorie der Werbung

What happens on your iPhone, stays on your iPhone.

apple.com/privacy

