

Universitätsexperte

Audiovisuelle Werbung





Universitätsexperte Audiovisuelle Werbung

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

Internetzugang: www.techtitude.com/de/wirtschaftsschule/spezialisierung/spezialisierung-audiovisuelle-werbung

Index

01

Willkommen

Seite 4

02

Warum an der TECH
studieren?

Seite 6

03

Warum unser Programm?

Seite 10

04

Ziele

Seite 14

05

Struktur und Inhalt

Seite 18

06

Methodik

Seite 26

07

Profil unserer Studenten

Seite 34

08

Auswirkung auf Ihre Karriere

Seite 38

09

Vorteile für Ihr Unternehmen

Seite 42

10

Qualifizierung

Seite 46

01 Willkommen

Eine der gefragtesten Eigenschaften eines Kreativdirektors ist sein Ehrgeiz, seine Arbeit ständig zu verbessern und die Grenzen auszuloten, um eine Kommunikation zu erreichen, die den Empfänger der Botschaft überrascht und fesselt. Auch im Bereich der Werbung ist ein Plus an Originalität und Einfallsreichtum erforderlich, da sich die Formen der Kommunikation mit der Öffentlichkeit dank der sozialen Netzwerke ständig verändern. In diesem Programm werden die Studenten darauf vorbereitet, die Rolle eines kreativen Leiters zu übernehmen, und sie erhalten das Handwerkszeug, um große Projekte effizient und effektiv zu bewältigen. Ein Programm, das zweifelsohne die Berufs- und Gehaltserwartungen seiner Studenten erhöhen wird.



Universitätsexperte in Kreativität in der Werbung
TECH Technologische Universität



“

Eine einmalige Gelegenheit, sich an der größten Online-Universität auf audiovisuelle Werbung zu spezialisieren"

02

Warum an der TECH studieren?

TECH ist die weltweit größte 100%ige Online Business School. Es handelt sich um eine Elite-Business School mit einem Modell, das höchsten akademischen Ansprüchen genügt. Ein leistungsstarkes internationales Zentrum für die intensive Ausbildung von Führungskräften.



“

TECH ist eine Universität an der Spitze der Technologie, die den Studenten alle Ressourcen zur Verfügung stellt, um ihnen zu helfen, geschäftlich erfolgreich zu sein“

Bei TECH Technologische Universität



Innovation

Die Universität bietet ein Online-Lernmodell an, das modernste Bildungstechnologie mit höchster pädagogischer Strenge verbindet. Eine einzigartige Methode mit höchster internationaler Anerkennung, die dem Studenten die Schlüssel für seine Entwicklung in einer Welt des ständigen Wandels liefert, in der Innovation der wesentliche Einsatz eines jeden Unternehmers sein muss.

"Die Erfolgsgeschichte von Microsoft Europa", für die Einbeziehung des neuen interaktiven Multivideosystems in unsere Programme.



Maximalforderung

Das Zulassungskriterium von TECH sind nicht wirtschaftlich. Sie brauchen keine große Investitionen zu tätigen, um bei uns zu studieren. Um jedoch einen Abschluss bei TECH zu erlangen, werden die Grenzen der Intelligenz und der Kapazität des Schülers getestet. Die akademischen Standards unserer Einrichtung sind sehr hoch...

95%

Der Studenten von TECH schließen ihr Studium erfolgreich ab.



Vernetzung

Fachleute aus der ganzen Welt nehmen an der TECH teil, so dass die Studenten ein umfangreiches Netz von Kontakten knüpfen können, die ihnen für ihre Zukunft nützlich sein werden.

+100.000

Jährlich geschulte Manager

+200

verschiedene Nationalitäten



Empowerment

Der Student wird Hand in Hand mit den besten Unternehmen und Fachleuten von großem Prestige und Einfluss wachsen. TECH hat strategische Allianzen und ein wertvolles Netz von Kontakten zu den wichtigsten Wirtschaftsakteuren auf den 7 Kontinenten aufgebaut.

+500

Partnerschaften mit den besten Unternehmen



Talent

Dieses Programm ist ein einzigartiger Vorschlag, um die Talente der Studenten in der Geschäftswelt zu fördern. Eine Gelegenheit für Sie, Ihre Anliegen und Ihre Unternehmensvisionen vorzutragen.

TECH hilft den Studenten, ihr Talent am Ende dieses Programms der Welt zu zeigen.



Multikultureller Kontext

Ein Studium bei TECH bietet den Studenten eine einzigartige Erfahrung. Sie werden in einem multikulturellen Kontext studieren. In einem Programm mit einer globalen Vision, dank derer Sie die Arbeitsweise in verschiedenen Teilen der Welt kennenlernen und die neuesten Informationen sammeln können, die am besten zu Ihrer Geschäftsidee passen.

Unsere Studenten kommen aus mehr als 200 Ländern.

TECH strebt nach Exzellenz und hat zu diesem Zweck eine Reihe von Merkmalen, die sie zu einer einzigartigen Universität machen:



Analyse

TECH erforscht die kritische Seite des Studenten, seine Fähigkeit, Dinge zu hinterfragen, seine Problemlösungsfähigkeiten und seine zwischenmenschlichen Fähigkeiten.



Akademische Spitzenleistung

TECH bietet den Studenten die beste Online-Lernmethodik an. Die Universität kombiniert die Relearning-Methode (die international am besten bewertete postgraduale Lernmethodik) mit Fallstudien. Tradition und Avantgarde in einem schwierigen Gleichgewicht, und das im Rahmen des anspruchsvollsten akademischen Weges.



Skaleneffekt

TECH ist die größte Online-Universität der Welt. Sie verfügt über ein Portfolio von mehr als 10.000 Hochschulabschlüssen. Und in der neuen Wirtschaft, **Volumen + Technologie = disruptives Preisniveau**. Damit stellen wir sicher, dass das Studium nicht so kostspielig ist wie an einer anderen Universität.



Lerne mit den Besten

Das TECH-Lehrerteam erklärt im Unterricht, was sie in ihren Unternehmen zum Erfolg geführt hat, und arbeitet dabei in einem realen, lebendigen und dynamischen Kontext. Lehrkräfte, die sich voll und ganz dafür einsetzen, Ihnen eine hochwertige Spezialisierung zu bieten, die es die es den Studenten ermöglichen, in Ihrer Karriere voranzukommen und sich in der Geschäftswelt zu profilieren.

Lehrkräfte aus 20 verschiedenen Ländern.



Bei TECH werden Sie Zugang zu den gründlichsten und aktuellsten Fallstudien der akademischen Welt haben"

03

Warum unser Programm?

Die Teilnahme am TECH-Programm bedeutet eine Vervielfachung Ihrer Chancen auf beruflichen Erfolg im Bereich der höheren Unternehmensführung.

Es ist eine Herausforderung, die Anstrengung und Hingabe erfordert, aber die Tür zu einer vielversprechenden Zukunft öffnet. Die Studenten werden von den besten Lehrkräften und mit den flexibelsten und innovativsten Lehrmethoden unterrichtet.



“

Wir verfügen über das renommierteste Lehrpersonal und den umfassendsten Lehrplan auf dem Markt, so dass wir Ihnen eine Ausbildung auf höchstem akademischen Niveau bieten können“

Dieses Programm bietet eine Vielzahl von beruflichen und persönlichen Vorteilen, darunter die folgenden:

01

Einen deutlichen Schub für die Karriere des Studenten

Ein Studium bei TECH bietet den Studenten, Ihre Zukunft selbst in die Hand zu nehmen und Ihr volles Potenzial zu entfalten. Durch die Teilnahme an unserem Programm erwerben Sie in kurzer Zeit die notwendigen Fähigkeiten, um Ihre berufliche Laufbahn positiv zu verändern.

70% der Teilnehmer an dieser Spezialisierung erreichen in weniger als 2 Jahren eine positive Veränderung in ihrer Karriere.

02

Sie werden eine strategische und globale Vision des Unternehmens entwickeln

TECH bietet einen detaillierten Überblick über das allgemeine Management, um zu verstehen, wie sich jede Entscheidung auf die verschiedenen Funktionsbereiche des Unternehmens auswirkt.

Unsere globale Vision des Unternehmens wird Ihre strategische Vision verbessern.

03

Sie werden sich in der Unternehmensführung fest etablieren

Ein Studium an der TECH öffnet die Türen zu einem beruflichen Panorama von großer Bedeutung, so dass sich die Studenten als hochrangige Führungskräfte mit einem umfassenden Blick auf das internationale Umfeld positionieren können.

Sie werden mehr als 100 reale Fälle aus dem Bereich der Unternehmensführung bearbeiten.

04

Sie werden neue Aufgaben übernehmen

Während des Programms werden die neuesten Trends, Entwicklungen und Strategien vorgestellt, damit die Studenten ihre berufliche Tätigkeit in einem sich verändernden Umfeld ausüben können.

45% der Auszubildenden werden intern befördert.

05

Sie haben Zugang zu einem leistungsfähigen Netzwerk von Kontakten

TECH vernetzt seine Studenten, um ihre Chancen zu maximieren. Studenten mit den gleichen Sorgen und den Wunsch zu wachsen. So wird es möglich sein, Partner, Kunden und oder Lieferanten zu teilen.

Sie werden ein Netz von Kontakten finden, das für Ihre berufliche Entwicklung unerlässlich ist.

06

Rigorese Entwicklung von Unternehmensprojekten

Der Student wird eine tiefgreifende strategische Vision erlangen, die ihm helfen wird, sein eigenes Projekt unter Berücksichtigung der verschiedenen Bereiche des Unternehmens zu entwickeln.

20% unserer Studenten entwickeln ihre eigene Geschäftsidee.

07

Verbessern Sie Soft Skills und Führungsqualitäten

TECH hilft den Studenten, ihr erworbenes Wissen anzuwenden und weiterzuentwickeln und ihre zwischenmenschlichen Fähigkeiten zu verbessern, damit sie zu Führungskräften werden, die etwas bewirken.

Verbessern Sie Ihre Kommunikation- und Führungsfähigkeiten und bringen Sie Ihre Karriere in Schwung.

08

Sie werden Teil einer exklusiven Gemeinschaft sein

Wir bieten Ihnen die Möglichkeit, Teil einer Gemeinschaft von Elite-Managern, großen Unternehmen, renommierten Institutionen und qualifizierten Professoren der renommiertesten Universitäten der Welt zu werden. Die TECH Technologische Universität Community.

Wir bieten Ihnen die Möglichkeit, sich mit einem Team von international anerkannten Lehrern zu spezialisieren.

04 Ziele

Der Universitätsexperte in Audiovisuelle Werbung erfüllt alle Anforderungen, um die akademische Exzellenz seiner Studenten zu garantieren, welche das Profil erfüllen, das Unternehmen in dieser Art von Positionen verlangen. Die Studenten sollen die grundlegenden Konzepte und theoretischen Modelle der menschlichen Kommunikation, ihre Elemente und Merkmale sowie die Rolle, die sie in den psychologischen Prozessen der Werbung und Öffentlichkeitsarbeit spielt, verstehen lernen.



“

Beherrschen Sie die grundlegenden Richtlinien für die audiovisuelle Kommunikation, die in der Werbung und Öffentlichkeitsarbeit grundlegend sind”

**TECH macht sich die Ziele seiner Studenten zu eigen.
Wir arbeiten zusammen, um sie zu erreichen.**

Der **Universitätsexperte in Audiovisuelle Werbung** wird den Studenten zu Folgendem befähigen:

01

Verbinden von Werbung und Public Relations mit anderen Sozial- und Geisteswissenschaften

02

Verstehen der grundlegenden Konzepte und theoretischen Modelle der menschlichen Kommunikation, ihrer Elemente und Merkmale sowie der Rolle, die sie in den psychologischen Prozessen der Werbung und Öffentlichkeitsarbeit spielt

03

Identifizieren und Analysieren der psychosozialen, kognitiven und emotionalen Prozesse in der Kommunikation von Werbung und Public Relations

04

Anwenden der wissenschaftlichen Methodik von Kommunikationstheorien



05

Analysieren der grundlegenden psychologischen Prozesse der Kommunikation und des Empfängers von Werbung

06

Beherrschen der grundlegenden Richtlinien für audiovisuelle Kommunikation, die als Basis für die Praxis der Werbung und Öffentlichkeitsarbeit dienen

07

Beschreiben der allgemeinen Entwicklung der Medien durch ihre historische Entwicklung

08

Verstehen des Wesens und des kommunikativen Potenzials von Bildern und Grafikdesign



09

Wissen, wie man Werbekampagnen strategisch plant

10

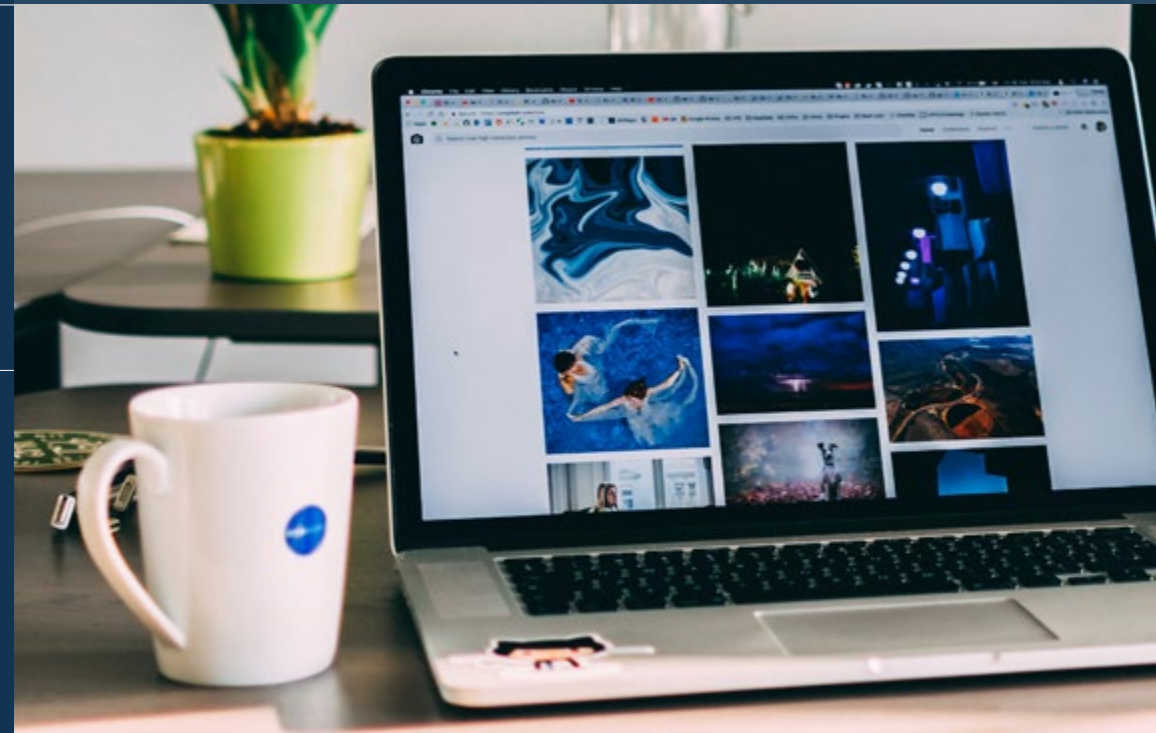
Kennen des kreativen Werbeprozesses.

11

Wissen, wie man Werbetexte aus einer kritischen Perspektive analysiert und die verschiedenen Elemente der Botschaften identifiziert

12

Produzieren von Werbetexten rechtzeitig nach den Vorgaben der verschiedenen Werbe- und Public Relations-Genres



13

In der Lage sein, die berufliche Rolle eines Werbetexters in einer Werbeagentur oder in der Werbeabteilung eines Unternehmens oder einer Institution auszuüben

14

In der Lage sein, die berufliche Rolle eines Art Directors in einer Werbeagentur oder in der Werbeabteilung eines Unternehmens oder einer Institution auszuüben

15

Mitwirken an der Ausarbeitung von audiovisueller Werbung

16

Beherrschen der grundlegenden Richtlinien für audiovisuelle Werbung für die Produktion von audiovisuellen Werbeprodukten



05

Struktur und Inhalt

TECH ist bestrebt, eine Weiterbildung anzubieten, die den Arbeitsbedürfnissen der Studenten entspricht und ihnen hilft, ein berufliches Profil zu erreichen, das den Anforderungen des Umfelds entspricht. Aus diesem Grund wurde dieser Universitätsexperte in audiovisueller Werbung geschaffen, der sich darauf konzentriert, die Studenten darauf vorzubereiten, die psychosozialen, kognitiven und emotionalen Prozesse der Werbung und der Public-Relations-Kommunikation zu identifizieren und zu analysieren. Diese Qualifikation kann über einen Zeitraum von 6 Monaten absolviert werden, in denen man anhand von praktischen Beispielen und unter der Anleitung von Experten in diesem Bereich lernt.



“

Analysieren Sie Werbetexte aus einer kritischen Perspektive und lernen Sie, die verschiedenen Elemente der Botschaften zu identifizieren"

Lehrplan

Mit diesem Programm des Universitätsexperten in audiovisueller Werbung sollen die Studenten die wissenschaftliche Methodik der Kommunikationstheorien anwenden und wissen, wie man die grundlegenden psychologischen Prozesse der Kommunikation und den Empfänger von Werbung analysiert. In jeder Lektion werden die Grundlagen für die Beherrschung der grundlegenden Elemente der audiovisuellen Kommunikation wiederholt. Dies ist auf die entscheidende Rolle des Bildes im 21. Jahrhundert zurückzuführen, die es notwendig macht, die Wechselbeziehung zwischen verbalen und ikonischen Elementen in der kommunikativen Botschaft zu analysieren.

Dank dieses Studiums erwirbt der Student die notwendigen Fähigkeiten, um die Verfahren zur Erstellung von Film-, Fernseh-, Video- und Multimediamaterialien zu unterscheiden und zu schätzen. Darüber hinaus beschäftigt er sich mit der Produktion audiovisueller Werbung und untersucht die 4 Akteure, die direkt an der

Auftragsvergabe, der Ausführung und der Verteilung der Arbeit beteiligt sind: der Werbetreibende, die Agentur, die audiovisuelle Produktionsfirma und die Sende- und Vertriebsmedien.

Während der 450 Unterrichtsstunden wird der Student in Einzelarbeit eine Vielzahl von praktischen Fällen analysieren. Dadurch wird er in der Lage sein, die Produktions- und Postproduktionsprozesse für die Herstellung von Werbespots zu verstehen, die den Standards dieser Branche entsprechen.

Dieser Universitätsexperte erstreckt sich über 6 Monate und ist in 3 Module unterteilt:

Modul 1

Einführung in die Psychologie der Kommunikation

Modul 2

Audiovisuelle Erzählung

Modul 3

Audiovisuelle Werbung



Wo, wann und wie wird unterrichtet?

TECH bietet die Möglichkeit, diesen Universitätsexperte in Audiovisuelle Werbung vollständig online zu studieren. Während der 6-wöchigen Fortbildung können Sie jederzeit auf alle Inhalte dieses Programms zugreifen, so dass Sie Ihre Studienzzeit selbst verwalten können.

Eine einzigartige, wichtige und entscheidende Bildungserfahrung, um Ihre berufliche Entwicklung voranzutreiben und den endgültigen Sprung zu schaffen.

Modul 1. Einführung in die Psychologie der Kommunikation

1.1. Geschichte der Psychologie

- 1.1.1. Einführung
- 1.1.2. Wir beginnen mit dem Studium der Psychologie
- 1.1.3. Die Wissenschaft entwickelt sich weiter. Historische und paradigmatische Veränderungen
- 1.1.4. Paradigmen und Phasen in der Psychologie
- 1.1.5. Kognitionswissenschaft

1.2. Sozialpsychologie

- 1.2.1. Einführung
- 1.2.2. Beginn des Studiums der Sozialpsychologie: Einfluss der Sozialpsychologie
- 1.2.3. Empathie, Altruismus und helfendes Verhalten

1.3. Soziale Kognition

- 1.3.1. Einführung
- 1.3.2. Denken und Wissen, lebenswichtige Bedürfnisse
- 1.3.3. Soziale Kognition
- 1.3.4. Information organisieren
- 1.3.5. Denken: prototypisch oder kategoriell
- 1.3.6. Die Fehler, die wir beim Denken machen: Schlussfolgerungsfehler
- 1.3.7. Automatische Informationsverarbeitung

1.4. Psychologie der Persönlichkeit

- 1.4.1. Einführung
- 1.4.2. Was ist das Ich? Identität und Persönlichkeit
- 1.4.3. Selbstwahrnehmung
- 1.4.4. Selbstwertgefühl
- 1.4.5. Selbstkenntnis
- 1.4.6. Zwischenmenschliche Variablen bei der Gestaltung der Persönlichkeit
- 1.4.7. Makro-soziale Variablen in der Persönlichkeitsformung
- 1.4.8. Eine neue Perspektive für das Studium der Persönlichkeit. Die erzählende Persönlichkeit

1.5. Die Emotionen

- 1.5.1. Einführung
- 1.5.2. Worüber sprechen wir, wenn wir emotional werden?
- 1.5.3. Die Natur der Gefühle
 - 1.5.3.1. Emotionen als Vorbereitung zum Handeln
- 1.5.4. Emotionen und Persönlichkeit
- 1.5.5. Aus einer anderen Perspektive. Soziale Emotionen

1.6. Psychologie der Kommunikation. Überzeugungsarbeit und Verhaltensänderung

- 1.6.1. Einführung
- 1.6.2. Die Einstellungen
- 1.6.3. Historische Modelle in der Untersuchung der persuasiven Kommunikation
- 1.6.4. Das Elaborationswahrscheinlichkeitsmodell
- 1.6.5. Kommunikationsprozesse über die Medien
 - 1.6.5.1. Eine historische Perspektive

1.7. Der Sender

- 1.7.1. Einführung
- 1.7.2. Die Quelle der überzeugenden Kommunikation
- 1.7.3. Merkmale der Quelle. Glaubwürdigkeit
- 1.7.4. Merkmale der Quelle. Die Attraktivität
- 1.7.5. Merkmale des Senders. Die Macht
- 1.7.6. Prozesse in der persuasiven Kommunikation. Auf primärer Kognition basierende Mechanismen
- 1.7.7. Neue Prozesse in der Kommunikation. Mechanismen, die auf sekundärer Kognition basieren

1.8. Die Botschaft

- 1.8.1. Einführung
- 1.8.2. Wir beginnen mit einem Blick auf die Zusammensetzung der Botschaft
- 1.8.3. Arten von Botschaften: rationale vs. emotionale Botschaften
- 1.8.4. Emotionale Botschaften und Kommunikation: Angst auslösende Botschaften

1.9. Der Empfänger

- 1.9.1. Einführung
- 1.9.2. Die Rolle des Empfängers nach dem Modell der Elaborationswahrscheinlichkeit
- 1.9.3. Bedürfnisse und Motive der Empfänger: ihr Einfluss auf die Veränderung von Einstellungen
- 1.9.4. Bedürfnis nach Wertschätzung und Kommunikation

1.10. Neue Ansätze für das Studium der Kommunikation

- 1.10.1. Einführung
- 1.10.2. Unbewusste Verarbeitung von Informationen. Automatische Prozesse
- 1.10.3. Messung automatischer Prozesse in der Kommunikation
- 1.10.4. Erste Schritte in den neuen Paradigmen
- 1.10.5. Theorien über duale Verarbeitungssysteme
 - 1.10.5.1. Die wichtigsten Einschränkungen der Theorien des dualen Systems

Modul 2. Audiovisuelle Erzählung

2.1. Audiovisuelle Erzählung

- 2.1.1. Einführung
- 2.1.2. Grundlegende Konzepte der audiovisuellen Erzählung
- 2.1.3. Ein methodologischer Ansatz
- 2.1.4. Besonderheiten des audiovisuellen Diskurses
- 2.1.5. Audiovisuelle Sprache
- 2.1.6. Das Bild
- 2.1.7. Der Ton

2.2. Der Diskurs und die Sprachräume

- 2.2.1. Einführung
- 2.2.2. Die Funktionen der Erzählung
- 2.2.3. Die Konstruktion des erzählenden Textes
- 2.2.4. Die verkündenden Instanzen
- 2.2.5. Typologien von Erzählern
- 2.2.6. Fokalisierung
- 2.2.7. Der Erzähler

2.3. Die Geschichte und die Achsen der Erzählung

- 2.3.1. Einführung
- 2.3.2. Geschichte
- 2.3.3. Erzählerische Handlung
- 2.3.4. Zeit
- 2.3.5. Der Raum
- 2.3.6. Der Ton

2.4. Die Konstruktion des audiovisuellen Diskurses: das Drehbuch

- 2.4.1. Einführung
- 2.4.2. Das Skript
- 2.4.3. Die Idee

- 2.4.4.2. Kriegsfilme
- 2.4.4.3. Komödie
- 2.4.4.4. Musicals
- 2.4.4.5. Der Dokumentarfilm
- 2.4.5. Charaktere und Dialoge
- 2.4.6. Das literarische Drehbuch vs. Das technische Drehbuch

Filmmontage

- 2.5.1. Einführung
- 2.5.2. Definition von Montage
- 2.5.3. Die Grundeinheiten der Filmerzählung
- 2.5.4. Erste theoretische Ansätze
- 2.5.5. Arten von Montagen
- 2.5.6. Unsichtbare Befestigung: *Raccord*. Glossar zur Montage

von den Anfängen bis zur Postmoderne

- 2.6.1. Einführung
- 2.6.2. Die Ursprünge des Kinos
- 2.6.3. Das Kino der Ursprünge: räumlich-zeitliche Artikulation
- 2.6.4. Die Avantgarde und das Kino
- 2.6.5. Hollywood-Kino
- 2.6.6. Das Kunstkino und der Essay
- 2.6.7. Zeitgenössisches Kino

bis zu Dokumentarfilmen

- 2.4.4. Die Genres
- 2.7.1. Einführung
- 2.7.2. Fantastische und Horrorfilme
- 2.7.3. Informatives Kino
- 2.7.4. Film-Wochenschauen
- 2.7.5. Der Dokumentarfilm
- 2.7.6. Fiktionale Nachrichtenf়ilme
- 2.7.6. Der Wert von Nachrichtensendungen als historische Quelle

2.5. Theorie und Analyse der

2.6. Die kinematografische Erzählung:

2.7. Computerkino: von Wochenschauen

2.8. Fernsehdiskurs: Information und

Unterhaltung

- 2.8.1. Einführung
- 2.8.2. Diskurs im Fernsehen
- 2.8.3. Narratologie der audiovisuellen Information
- 2.8.4. Die Gattungen der audiovisuellen Information
- 2.8.5. Das *Infotainment*
- 2.8.6. Unterhaltungsprogramme
- 2.8.7. Fiktive Fernsehgeschichten

Trailer und Videoclip

- 2.9.1. Einführung
- 2.9.2. Werbeerzählungen in den audiovisuellen Medien
 - 2.9.2.1. Spot
 - 2.9.2.2. Trailer
 - 2.9.2.3. Videoclip

Strukturen im digitalen Zeitalter

- 2.10.1. Einführung
- 2.10.2. Das digitale Paradigma
- 2.10.3. Die neuen Medien des 21. Jahrhunderts
- 2.10.4. Neue Medienpraktiken
- 2.10.5. Der Zustand *Postmedia*

2.9. Audiovisueller Werbediskurs: *Spot*,

2.10. Neue Medien und narrative

Modul 3. Audiovisuelle Werbung

3.1. Einführung in die audiovisuelle Werbung

- 3.1.1. Was ist audiovisuelle Werbung?
- 3.1.2. Ursprung
- 3.1.3. Audiovisuelle Werbeträger

3.2. Der Werbespot

- 3.2.1. Was ist ein Spot?
- 3.2.2. Narrative Struktur eines Werbespots
- 3.2.3. Geschichte des Werbespots

3.3. Technische Ausstattung einer audiovisuellen Produktion I

- 3.3.1. Teams für Produktion und Regie
- 3.3.2. Funktionen der Produktions- und Regieteams
- 3.3.3. Organigramm

3.4. Technische Ausstattung einer audiovisuellen Produktion II

- 3.4.1. Technische und künstlerische Teams
- 3.4.2. Funktionen der technischen und künstlerischen Teams
- 3.4.3. Organigramm

3.5. Vorproduktion I: von der Idee zum Drehbuch

- 3.5.1. Kreativer Prozess auf der Grundlage des *Briefing*
- 3.5.2. Literarisches Skript: Beispiel
- 3.5.3. Technisches Skript: Beispiel

3.6. Storyboard

- 3.6.1. Internes *Storyboard*
- 3.6.2. Präsentations-*Storyboard*
- 3.6.3. Dreh-*Storyboard*

3.7. Das technische Drehbuch: Die Stile des Filmemachens

- 3.7.1. Die kinematografische Sprache
- 3.7.2. Inszenierung
- 3.7.3. Technische Planung

3.8. Vorproduktion II: der Drehplan und das Budget

- 3.8.1. Lichtdesign
- 3.8.2. Sound Design
- 3.8.3. Protokoll zum Filmen
- 3.8.4. Budgets

3.9. Die Produktion eines Werbespots

- 3.9.1. Wer ist an der Produktion eines Spots beteiligt?
- 3.9.2. Anordnung der Dreharbeiten
- 3.9.3. Dreharbeiten

3.10. Postproduktion eines Werbespots

- 3.10.1. Die Montage
- 3.10.2. Arten von Montagen
- 3.10.3. Nachproduktion von Bild und Ton



Planen Sie Werbekampagnen strategisch und verstehen Sie den kreativen Werbeprozess, um hervorragende Ergebnisse zu erzielen"



06

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"

Die TECH Wirtschaftsschule verwendet die Fallstudie, um alle Inhalte zu kontextualisieren

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”



Dieses Programm bereitet Sie darauf vor, geschäftliche Herausforderungen in einem unsicheren Umfeld zu meistern und Ihr Unternehmen erfolgreich zu machen.



Unser Programm bereitet Sie darauf vor, sich neuen Herausforderungen in einem unsicheren Umfeld zu stellen und in Ihrer Karriere erfolgreich zu sein.

Eine innovative und andersartige Lernmethode

Dieses TECH-Programm ist eine intensive Spezialisierung, die von Grund auf neu geschaffen wurde, um Managern Herausforderungen und Geschäftsentscheidungen auf höchstem Niveau zu bieten, sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene. 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 geschäftliche Realität berücksichtigt wird.

“

Sie werden durch gemeinschaftliche Aktivitäten und reale Fälle lernen, komplexe Situationen in realen Geschäftsumgebungen zu lösen“

Die Fallmethode ist das am weitesten verbreitete Lernsystem an den besten Wirtschaftsschulen der Welt, und das schon so lange, wie 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 verschiedene didaktische Elemente kombiniert.

Wir ergänzen die Fallstudie mit der besten 100%igen Online-Lehrmethode: Relearning.

Unser Online-System ermöglicht es Ihnen, Ihre Zeit und Ihr Lerntempo zu organisieren und an Ihren Zeitplan anzupassen. Sie können die Inhalte von jedem festen oder mobilen Gerät mit Internetanschluss abrufen.

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 Wirtschaftsschule ist die einzige spanischsprachige Schule, 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.



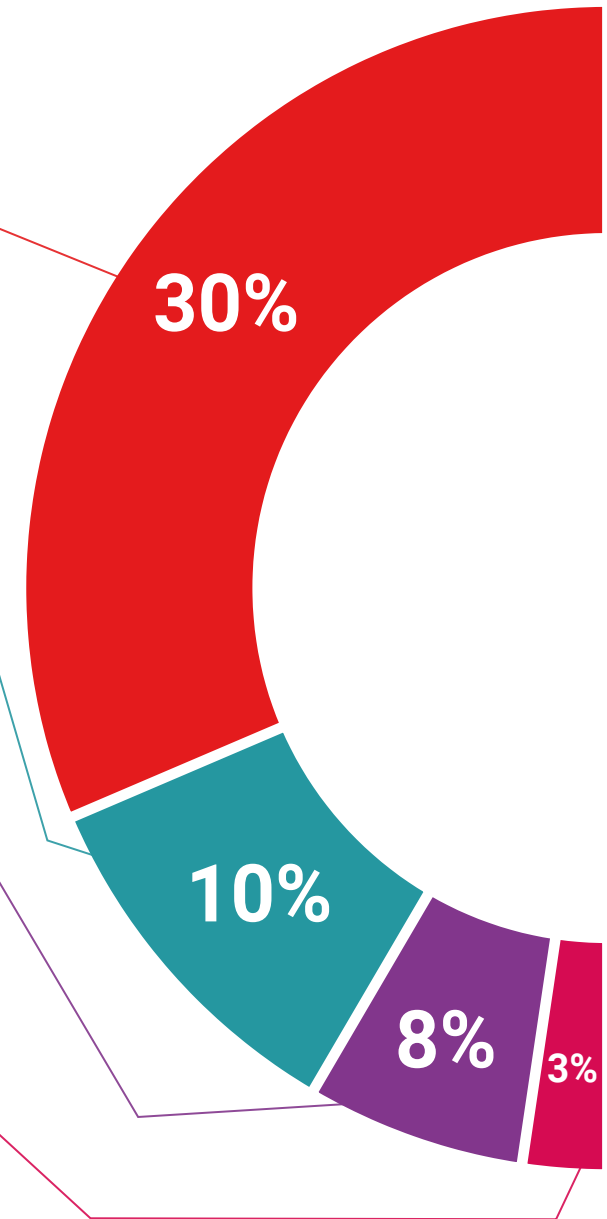
Praxis der Managementfähigkeiten

Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Managementfähigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Praktiken und Dynamiken zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein leitender Angestellter 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. Fälle, die von den besten Experten in Senior Management der internationalen Szene präsentiert, analysiert und betreut werden.



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.



07

Profil unserer Studenten

Der Universitätsexperte in Audiovisuelle Werbung richtet sich an Hochschulabsolventen, die zuvor einen Abschluss in den Bereichen Design, Werbung, Kreativität oder einem anderen Zweig mit Bezug zum Bereich Kommunikation und Corporate Identity erworben haben. Das Programm steht auch Berufstätigen offen, die einen Hochschulabschluss in einem beliebigen anderen Sektor haben und über zwei Jahre Berufserfahrung in einem verwandten Bereich verfügen.



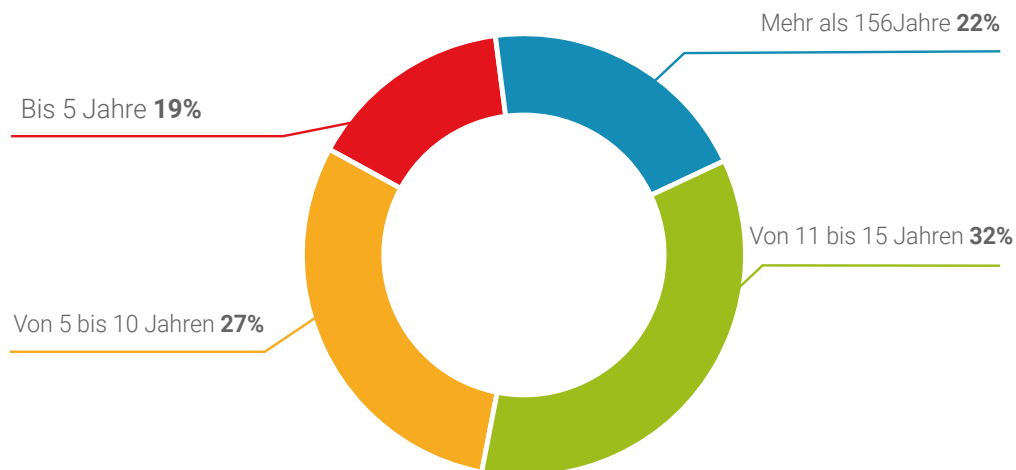


“

Durchschnittliches Alter

Zwischen **35** und **45** Jahren

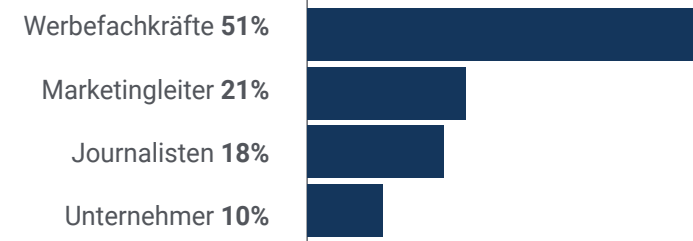
Jahre der Erfahrung



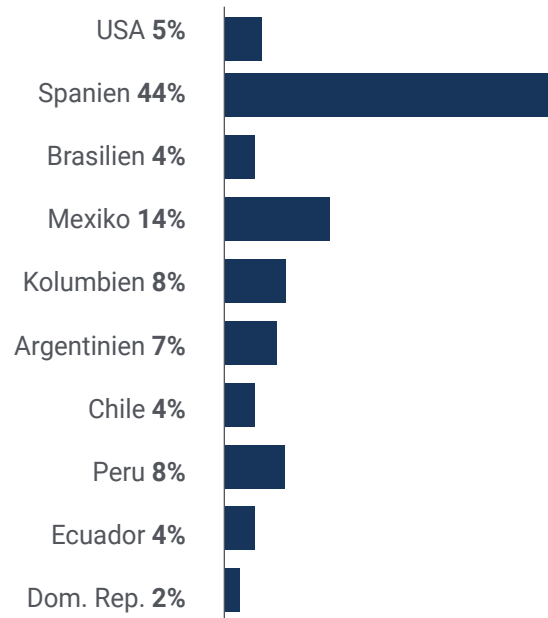
Ausbildung



Akademisches Profil



Geografische Verteilung



Ángel Santiago Robles

Publizist

„Dank dieses Programms konnte ich meine Fähigkeiten in verschiedenen Bereichen der audiovisuellen Werbung verbessern, was meiner Karriere einen Schub gegeben hat und ich bin jetzt Teil einer der besten Werbeagenturen meines Landes. Es war zweifellos die richtige Entscheidung, dieses Studium zu absolvieren“

08

Auswirkung auf Ihre Karriere

Dieses Programm bietet alle notwendigen Werkzeuge und eine innovative Methodik, um die Studenten in jeder Unterrichtsstunde zu motivieren, damit sie alles lernen können, was mit audiovisueller Werbung zu tun hat. Dies garantiert eine erfolgreiche Jobvermittlung in einem Sektor, der Qualität und Exzellenz verlangt. Zweifellos wird der Student am Ende des Studiums in der Lage sein, seine Karriere voranzutreiben und die von ihm gewünschten Führungspositionen zu erreichen.



“

Am Ende dieses Programms werden Sie in der Lage sein, Werbeteams zu leiten, die sich auf audiovisuelle Botschaften konzentrieren”

Erreichen Sie die positive Veränderung, die Sie brauchen, um Ihre Karriere und Ihren Beruf voranzubringen, mit dem Universitätsexperten in audiovisueller Werbung.

Sind Sie bereit, den Sprung zu wagen? Es erwartet Sie eine hervorragende berufliche Weiterentwicklung

Der TECH Universitätsexperte in audiovisueller Werbung ist ein intensives Programm, das zukünftige Absolventen darauf vorbereitet, Herausforderungen und Geschäftsentscheidungen im Bereich der Werbung und Öffentlichkeitsarbeit zu treffen. Das Hauptziel ist es, seine persönliche und berufliche Entwicklung zu fördern. Ihnen zum Erfolg zu verhelfen.

Ein hochwertiges Fortbildungsprogramm, das die Wettbewerbsfähigkeit der Studenten fördern soll.

Ein Weg zu einer Weiterbildung und beruflichem Wachstum, der Ihnen zu mehr Wettbewerbsfähigkeit auf dem Arbeitsmarkt verhilft.

Zeitpunkt des Wandels



Art des Wandels



Gehaltsverbesserung

Der Abschluss dieses Programms bedeutet für unsere Studenten eine Gehaltserhöhung von mehr als 25,42%



09

Vorteile für Ihr Unternehmen

Der Universitätsexperte in audiovisueller Werbung ist ein hochwertiges Programm, das sich an Fachleute richtet, die ihrer Karriere einen Schub geben möchten, um Zugang zu Spitzenpositionen zu erhalten. Aber es ist auch eine einmalige Chance für die Werbeagenturen selbst, denn durch besser ausgebildete Mitarbeiter können sie ihren Kunden einen besseren Service bieten, was zweifellos zu einem größeren Nutzen für die Unternehmen führt.





“

Wenden Sie die wissenschaftliche Methodik der Kommunikationstheorien an und verstehen Sie die psychologischen Prozesse, die bei der Aussendung einer Nachricht ablaufen"

Die Entwicklung und Bindung von Talenten in Unternehmen ist die beste langfristige Investition.

01

Wachsendes Talent und intellektuelles Kapital

Die Fachkraft wird neue Konzepte, Strategien und Perspektiven in das Unternehmen einbringen, die relevante Veränderungen bewirken können.

02

Bindung von Führungskräften mit hohem Potenzial und Vermeidung der Abwanderung von Fachkräften

Dieses Programm stärkt die Verbindung zwischen dem Unternehmen und den Fachkräften und eröffnet neue Wege für die berufliche Entwicklung innerhalb des Unternehmens.

03

Aufbau von Akteuren des Wandels

Sie werden in der Lage sein, in unsicheren und krisenhaften Zeiten Entscheidungen zu treffen und der Organisation zu helfen, Hindernisse zu überwinden.

04

Verbesserte Möglichkeiten zur internationalen Expansion

Dank dieses Programms wird das Unternehmen mit den wichtigsten Märkten der Weltwirtschaft in Kontakt kommen.



05

Entwicklung eigener Projekte

Die Fachkraft kann an einem realen Projekt arbeiten oder neue Projekte im Bereich der Forschung und Entwicklung oder der Geschäftsentwicklung Ihres Unternehmens entwickeln.

06

Gesteigerte Wettbewerbsfähigkeit

Dieser Universitätsexperte wird die Fachkräfte mit den Fähigkeiten ausstatten, neue Herausforderungen anzunehmen und so das Unternehmen voranzubringen.

10

Qualifizierung

Der Universitätsexperte in Audiovisuelle Werbung garantiert neben der strengsten und aktuellsten Ausbildung 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 Audiovisuelle 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: **Universitätsexperte in Audiovisuelle Werbung**

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.



Universitätsexperte Audiovisuelle Werbung

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

Universitätsexperte

Audiovisuelle Werbung

