

# Universitätsexperte Kommunikation





## Universitätsexperte Kommunikation

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

Internetzugang: [www.techtitute.com/de/wirtschaftsschule/spezialisierung/spezialisierung-kommunikation](http://www.techtitute.com/de/wirtschaftsschule/spezialisierung/spezialisierung-kommunikation)

# 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 20

06

Methodik

---

Seite 28

07

Profil unserer Studenten

---

Seite 36

08

Auswirkung auf Ihre Karriere

---

Seite 40

09

Vorteile für Ihr Unternehmen

---

Seite 44

10

Qualifizierung

---

Seite 48

# 01

# Willkommen

Die Unternehmenskommunikation ist zu einer der wichtigsten Säulen eines jeden Unternehmens geworden. Alle Unternehmen wollen in den Medien präsent sein und eine bessere Beziehung zu ihren Kunden, Lieferanten und Mitarbeitern haben. Daher ist es wichtig, dass sie ihre Kommunikationskanäle verbessern, um ihre Botschaften effektiv zu vermitteln. Dieses TECH-Programm konzentriert sich darauf, den Fachleuten des Sektors die spezifischen Werkzeuge und Strategien zu vermitteln, die sie benötigen, um die am besten geeigneten Kampagnen für jedes Zielpublikum durchzuführen. So erreichen sie ein Fortbildungsniveau, das es ihnen ermöglicht, zu einem der begehrtesten Spezialisten des Sektors aufzusteigen.



Universitätsexperte in Kommunikation.  
TECH Technologische Universität



“

*Seien Sie Teil des Wandels und machen Sie sich mit den Bereichen Werbung und Public Relations sowie deren Abläufen und Organisationsstrukturen vertraut"*

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

Dieses Programm zielt darauf ab, Fachleute im Bereich der Kommunikation fortzubilden und ihnen die Instrumente an die Hand zu geben, mit denen sie sich das nötige Wissen aneignen können, um eine angemessene und kohärente Botschaft zu vermitteln. Zu diesem Zweck umfasst der Universitätsexperte in Kommunikation alle Aspekte, die mit diesem Bereich zusammenhängen, um sicherzustellen, dass er voll und ganz dem Profil entspricht, das die Unternehmen von dieser Art von Fachkräften erwarten. Nach Erwerb des Programms werden die Studenten in der Lage sein, eine Corporate Identity zu entwickeln, die die Werte und Ziele eines Unternehmens vermittelt.



“

*Wenden Sie die notwendigen Techniken für das Management einer Kommunikationsabteilung in Unternehmen und Institutionen an"*

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

Der **Universitätsexperte in Kommunikation** wird den Studenten zu Folgendem befähigen:

01

In der Lage sein, die grundlegenden Konzepte und theoretischen Modelle der menschlichen Kommunikation, ihre Elemente und Merkmale sowie die Rolle zu verstehen, die sie in den psychologischen Prozessen der Werbung und Öffentlichkeitsarbeit spielt

02

In der Lage sein, Mediensysteme und insbesondere die globale Struktur der Kommunikation angemessen zu kontextualisieren

03

Wissen, wie man die wichtigsten Forschungstendenzen in der sozialen Kommunikation beschreibt, sowie deren verschiedene Modelle: behavioristisch, funktional, konstruktivistisch und strukturalistisch

04

Wissen, wie man den Handlungsrahmen der großen Medienkonzerne und ihre Konzentrationsprozesse definiert

05

Wissen, wie die Kommunikationsabteilung in Unternehmen und Institutionen arbeitet





06

Anwenden der notwendigen Techniken für das Management einer Kommunikationsabteilung in Unternehmen und Institutionen

08

Wissen, wie man das Image eines Unternehmens erforscht und wie man Kommunikationsinstrumente einsetzt, um es in Unternehmen und öffentlichen Organisationen effektiv zu verwalten

09

Anwenden der Instrumente zur Analyse von Unternehmensidentität und -reputation

07

Wissen wie man Veranstaltungen im privaten und öffentlichen Bereich organisiert und dabei das Protokoll beachtet

10

Analysieren des Wesens und der Funktionsweise von Interessen- und Druckgruppen in den heutigen Demokratien



11

Verstehen der Bedeutung von sozialen Netzwerken und E-Mobile als Unterstützung und kommerzielle Revolution und Nutzung

12

dieser Instrumente, um Werbe- und PR-Ziele zu erreichen Förderung von Kreativität und Überzeugungskraft durch die verschiedenen Medien und Medienkanäle

13

Kennen der Elemente, Formen und Verfahren von Werbesprachen und anderen Formen der überzeugenden Kommunikation

14

Kennen der wichtigen und geeigneten Instrumente für das Studium der Werbung und der Öffentlichkeitsarbeit



15

Kennen der Bereiche Werbung und Öffentlichkeitsarbeit sowie deren Abläufe und Organisationsstrukturen

16

Erkennen der Profile der Fachleute für Werbung und Öffentlichkeitsarbeit sowie der wichtigsten Fähigkeiten, die sie bei der Ausübung ihrer Arbeitspraxis benötigen

17

Erkennen der grundlegenden Prinzipien der menschlichen Kreativität und ihrer Anwendung in den Erscheinungsformen überzeugender Kommunikation

18

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



05

# Struktur und Inhalt

Der Universitätsexperte in Kommunikation wurde entwickelt, um den hohen Anforderungen gerecht zu werden, die Unternehmen und Organisationen an ihre Mitarbeiter stellen. Dies kann sich in einer Erhöhung der Möglichkeiten der Studenten niederschlagen, Zugang zu Positionen mit größerer Verantwortung in den Kommunikationsabteilungen von Unternehmen in verschiedenen Sektoren zu erhalten. Das Programm 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.



“

*Seien Sie Teil des Wandels mit einem 100%igen  
Online-Programm, das Ihnen helfen wird,  
die Unternehmenskommunikation besser  
zu verstehen"*

## Lehrplan

Die Art und Weise, wie die Unternehmenskommunikation zu einer wichtigen Säule für jedes Unternehmen geworden ist, ist der Grund dafür, dass sie bei den Benutzern Vertrauen schafft. Aus diesem Grund wollen alle Unternehmen in den Medien präsent sein oder eine bessere Kommunikation mit ihren Kunden, Lieferanten und Mitarbeitern haben. In vielen Fällen folgt dieser Eifer, um jeden Preis zu kommunizieren, keiner Taktik, um eine definierte Strategie zu erreichen, sondern beinhaltet eine Improvisation, die sich ein Unternehmen nicht leisten kann.

Folglich besteht ein Bedarf an Fachleuten, die in der Lage sind, ein Kommunikationsteam zu leiten und zu entwickeln, das die zu übermittelnden Ergebnisse und Botschaften verbessert. In diesem Sinne erfüllt der Universitätsexperte in Kommunikation alle Anforderungen und Bedürfnisse dieses Sektors.

Während der 600 Lernstunden werden die Studenten in Einzelarbeit eine Vielzahl von praktischen Fällen analysieren. Auf diese Weise werden sie in der Lage sein, den Prozess der Erstellung eines Unternehmensimages zu verstehen und zu verinnerlichen, wobei sie der überzeugenden Kommunikation besondere Aufmerksamkeit schenken. Ziel dieses Programms ist es, Theorien und Techniken anzubieten, um Vorurteile zu überwinden, Vorstellungskraft zu entwickeln und eine Haltung zu wecken, um in jedem kommunikativen Bereich originelle Ideen zu entwickeln.

Dieser Universitätsexperte erstreckt sich über 6 Monate und ist in 4 Module unterteilt:

- |                |                                              |
|----------------|----------------------------------------------|
| <b>Modul 1</b> | Struktur der Kommunikation                   |
| <b>Modul 2</b> | Institutionelle Kommunikation                |
| <b>Modul 3</b> | Kreativität in der Kommunikation             |
| <b>Modul 4</b> | Unternehmen für Werbung und Public Relations |



### Wo, wann und wie wird unterrichtet?

TECH bietet seinen Studenten die Möglichkeit, dieses Programm vollständig online zu absolvieren. Während dieser 6-monatigen Spezialisierung können sie jederzeit auf alle Inhalte dieses Programms zugreifen, so dass sie ihre Studienzzeit selbst verwalten können.

*Vertiefen Sie sich  
in das Studium der  
Cybersicherheit  
und schaffen Sie  
es, Cyberangriffe in  
Ihrem Unternehmen  
zu verhindern.*

**Modul 1. Struktur der Kommunikation**

**1.1. Theorie, Konzept und Methode der Kommunikationsstruktur**

- 1.1.1. Einführung
- 1.1.2. Autonomie des Fachbereichs und Beziehungen zu anderen Disziplinen
- 1.1.3. Die strukturalistische Methode
- 1.1.4. Definition und Ziele der Kommunikationsstruktur
- 1.1.5. Leitfaden für die Analyse der Kommunikationsstruktur

**1.2. Internationale Kommunikationsordnung**

- 1.2.1. Einführung
- 1.2.2. Staatliche Kontrolle: Monopole
- 1.2.3. Vermarktung der Kommunikation
- 1.2.4. Kulturelle Dimension der Kommunikation

**1.3. Große Nachrichtenagenturen**

- 1.3.1. Einführung
- 1.3.2. Was ist eine Nachrichtenagentur?
- 1.3.3. Nachrichten und Informationen
- 1.3.4. Vor dem Internet
- 1.3.5. Nachrichtenagenturen können dank des Internets gesehen werden
- 1.3.6. Die wichtigsten Agenturen der Welt

**1.4. Die Werbewirtschaft und ihr Verhältnis zum Mediensystem**

- 1.4.1. Einführung
- 1.4.2. Werbeindustrie
- 1.4.3. Der Notwendigkeit von Werbung für die Medien
- 1.4.4. Struktur der Werbeindustrie
- 1.4.5. Die Medien und ihr Verhältnis zur Werbeindustrie
- 1.4.6. Werbevorschriften und -ethik

**1.5. Kino und der Kultur- und Freizeitmarkt**

- 1.5.1. Einführung
- 1.5.2. Das komplexe Wesen des Kinos
- 1.5.3. Der Ursprung der Industrie
- 1.5.4. Hollywood, die Filmhauptstadt der Welt

**1.6. Politische Macht und die Medien**

- 1.6.1. Einführung
- 1.6.2. Der Einfluss der Medien auf die Gestaltung der Gesellschaft
- 1.6.3. Medien und politische Macht

**1.7. Medienkonzentration und Kommunikationspolitik**

- 1.7.1. Einführung
- 1.7.2. Medienkonzentration
- 1.7.3. Kommunikationspolitik

**1.8. Struktur der Kommunikation in Lateinamerika**

- 1.8.1. Einführung
- 1.8.2. Struktur der Kommunikation in Lateinamerika
- 1.8.3. Neue Trends

**1.9. Mediensystem in Lateinamerika und die Digitalisierung des Journalismus**

- 1.9.1. Einführung
- 1.9.2. Historischer Ansatz
- 1.9.3. Die Bipolarität des lateinamerikanischen Mediensystems
- 1.9.4. Hispanische Medien in den USA

**1.10. Digitalisierung und die Zukunft des Journalismus**

- 1.10.1. Einführung
- 1.10.2. Digitalisierung und die neue Medienstruktur
- 1.10.3. Die Struktur der Kommunikation in demokratischen Ländern



**Modul 2. Institutionelle Kommunikation**

**2.1. Die Richtung der Kommunikation**

- 2.1.1. Einführung
- 2.1.2. Geschichte der institutionellen Kommunikation
- 2.1.3. Hauptmerkmale der Unternehmenskommunikation
- 2.1.4. Die Richtung der Kommunikation
- 2.1.5. Leitfaden für die Analyse der Kommunikationsstruktur

**2.2. Ethik, Kultur und Werte**

- 2.2.1. Einführung
- 2.2.2. Ethik in der institutionellen Kommunikation
- 2.2.3. Kultur in der institutionellen Kommunikation
- 2.2.4. Werte in der institutionellen Kommunikation

**2.3. Identität und Unternehmensimage**

- 2.3.1. Einführung
- 2.3.2. Image der Marke
- 2.3.3. Identität
- 2.3.4. Fehler im Unternehmensimage

**2.4. Werbung und Kommunikation**

- 2.4.1. Einführung
- 2.4.2. Werbeindustrie
- 2.4.3. Die Bedeutung der Kommunikation

**2.5. Digitale Kommunikation**

- 2.5.1. Einführung
- 2.5.2. Die Rolle der digitalen Kommunikation
- 2.5.3. Vorteile der digitalen Kommunikation

**2.6. Veranstaltungsmanagement**

- 2.6.1. Einführung
- 2.6.2. Definition
- 2.6.3. Veranstaltungsmanagement

**2.7. Sponsoring und Mäzenatentum**

- 2.7.1. Einführung
- 2.7.2. Patenschaft
- 2.7.3. Schirmherrschaft

**2.8. Lobbyismus**

- 2.8.1. Einführung
- 2.8.2. Definition
- 2.8.3. Die Lobbys in der Kommunikation

**2.9. Interne Kommunikation**

- 2.9.1. Einführung
- 2.9.2. Definition
- 2.9.3. Merkmale der internen Kommunikation

**2.10. Krise**

- 2.10.1. Einführung
- 2.10.2. Krise der institutionellen Kommunikation
- 2.10.3. Neue Herausforderungen Unternehmenskommunikation

**2.11. Finanzielle Kommunikation**

- 2.11.1. Einführung
- 2.11.2. Finanzielle Kommunikation
- 2.11.3. Die Bedeutung der finanziellen Kommunikation

**2.12. Unternehmensprotokoll**

- 2.12.1. Einführung
- 2.12.2. Definition
- 2.12.3. Unternehmensprotokoll



*Nutzen Sie ein Programm, das sich auf das Management und die Entwicklung eines Kommunikationsteams konzentriert und positionieren Sie sich weltweit in einem sehr gefragten Bereich"*

**Modul 3. Kreativität in der Kommunikation**

**3.1. Schaffen heißt denken**

- 3.1.1. Die Kunst des Denkens
- 3.1.2. Kreatives Denken und Kreativität
- 3.1.3. Gedanke und Gehirn
- 3.1.4. Die Forschungslinien zur Kreativität: Systematisierung

**3.2. Art des kreativen Prozesses**

- 3.2.1. Die Natur der Kreativität
- 3.2.2. Der Begriff der Kreativität: Schöpfung und Kreativität
- 3.2.3. Die Schaffung von Ideen im Dienste einer überzeugenden Kommunikation
- 3.2.4. Art des kreativen Prozesses in der Werbung

**3.3. Die Erfindung**

- 3.3.1. Evolution und historische Analyse des Schöpfungsprozesses
- 3.3.2. Die Natur des klassischen Kanons der Erfindungen
- 3.3.3. Die klassische Auffassung der Inspiration als Ursprung der Ideen
- 3.3.4. Erfindung, Inspiration, Überzeugung

**3.4. Rhetorik und persuasive Kommunikation**

- 3.4.1. Rhetorik und Werbung
- 3.4.2. Die rhetorischen Elemente der persuasiven Kommunikation
- 3.4.3. Rhetorische Figuren
- 3.4.4. Rhetorische Regeln und Funktionen der Werbesprache

**3.5. Kreatives Verhalten und Persönlichkeit**

- 3.5.1. Kreativität als persönliche Eigenschaft, als Produkt und als Prozess
- 3.5.2. Kreatives Verhalten und Motivation
- 3.5.3. Wahrnehmung und kreatives Denken
- 3.5.4. Die Elemente der Kreativität

**3.6. Kreative Fähigkeiten und Fertigkeiten**

- 3.6.1. Denksysteme und Modelle der kreativen Intelligenz
- 3.6.2. Guilfords dreidimensionales Modell der Struktur des Intellekts
- 3.6.3. Wechselwirkung zwischen Faktoren und Fähigkeiten des Intellekts
- 3.6.4. Kreative Fertigkeiten
- 3.6.5. Kreative Fähigkeiten

**3.7. Die Phasen des kreativen Prozesses**

- 3.7.1. Kreativität als Prozess
- 3.7.2. Die Phasen des kreativen Prozesses
- 3.7.3. Die Phasen des kreativen Prozesses in der Werbung

**3.8. Die Lösung von Problemen**

- 3.8.1. Kreativität und Problemlösungsfähigkeit
- 3.8.2. Wahrnehmungsblockaden und emotionale Blockaden
- 3.8.3. Methodik der Erfindung: kreative Programme und Methoden

**3.9. Die Methoden des kreativen Denkens**

- 3.9.1. *Brainstorming* als Modell zur Ideenfindung
- 3.9.2. Vertikales Denken und Querdenken
- 3.9.3. Methodik der Erfindung: kreative Programme und Methoden

**3.10. Kreativität und werbliche Kommunikation**

- 3.10.1. Der kreative Prozess als spezifisches Produkt der Werbekommunikation
- 3.10.2. Die Natur des kreativen Prozesses in der Werbung: Kreativität und der kreative Prozess in der Werbung
- 3.10.3. Methodische Grundsätze und Auswirkungen der Werbegestaltung
- 3.10.4. Gestaltung von Werbung: vom Problem zur Lösung
- 3.10.5. Kreativität und persuasive Kommunikation

**Modul 4. Unternehmen für Werbung und Public Relations**

**4.1. Struktur von Werbe- und/oder Public Relations-Agenturen**

- 4.1.1. Struktur
- 4.1.2. Funktionen
- 4.1.3. Auswahl der Agenturen

**4.2. Finanzielle Verwaltung der Agentur**

- 4.2.1. Arten der Rechtsform
- 4.2.2. Geschäftsmodell
- 4.2.3. Projektentwicklung und -kontrolle

**4.3. Wirtschaftliche Beziehungen in einem Werbeunternehmen**

- 4.3.1. Wirtschaftliche Beziehungen zu Werbetreibenden
- 4.3.2. Wirtschaftliche Beziehungen zu Mitarbeitern und Partnern
- 4.3.3. Einzelunternehmer und Selbstständige

**4.4. Das Betriebskonto der Werbeagentur**

- 4.4.1. Investitionen, Einnahmen und Umsatz
  - 4.4.1.1. Ausgaben
    - 4.4.1.2. Personal
    - 4.4.1.3. Miete
    - 4.4.1.4. Abschreibung
    - 4.4.1.5. Nicht fakturierbare Ausgaben
    - 4.4.1.6. Prospektion
    - 4.4.1.7. Verspätete Zahlungen
    - 4.4.1.8. Finanzkosten
- 4.4.2. Ergebnisse
- 4.4.3. Jährliches Budget

**4.5. Verbindung zwischen Werbung und Public Relations**

- 4.5.1. In Bezug auf die Ziele
- 4.5.2. In Bezug auf die Empfänger der Aktivität
- 4.5.3. In Bezug auf die Wahl der Mittel und Medien

**4.6. Vergütungssysteme**

- 4.6.1. Vergütung der Agentur
- 4.6.2. Die buchhalterische Dimension der Agentur
- 4.6.3. Festsetzung des Budgets

**4.7. Beziehungen zu externen Interessengruppen**

- 4.7.1. Beziehungen zu Werbeagenturen
- 4.7.2. Beziehungen zu Medienagenturen
- 4.7.3. Beziehungen zu Verbraucheragenturen beenden

**4.8. Organisatorische Wachstumsstrategien**

- 4.8.1. *Holdings*
- 4.8.2. Wertschöpfungskette
- 4.8.3. Herausforderungen des organisatorischen Wachstums

**4.9. Internes Organigramm einer Werbeagentur**

- 4.9.1. Modell der Agenturverwaltung
- 4.9.2. Abteilung Konten
- 4.9.3. Kreativ-Abteilung
- 4.9.4. Abteilung Medien
- 4.9.5. Abteilung Produktion

**4.10. Team-Management**

- 4.10.1. Die Motivation
- 4.10.2. Change Management und Führung
- 4.10.3. Interne Kommunikation

# 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.



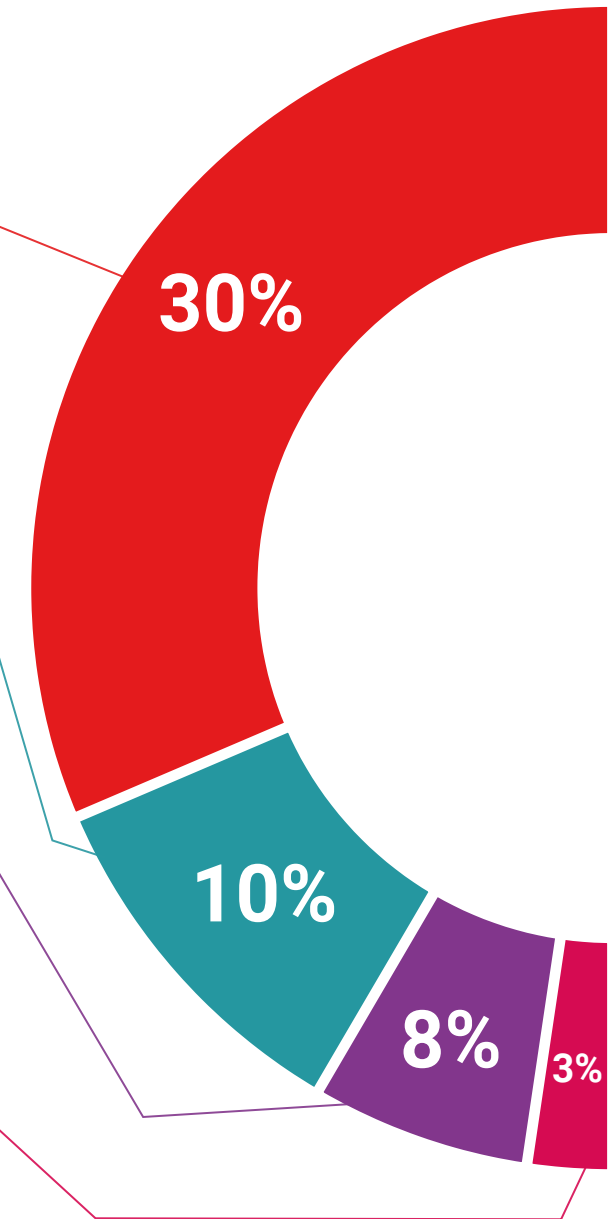
### Praxis der Managementfähigkeiten

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

Das Profil der Studenten dieses Studiengangs ist das von Berufstätigen mit einem Studium in den Bereichen Journalismus, Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit, die sich in diesem Bereich spezialisieren möchten, um ihre Kommunikationsfähigkeiten zu verbessern und in ihrer beruflichen Tätigkeit effektiver zu sein. Darüber hinaus können auch Fachleute aus der Wirtschaft, die bereits Erfahrung im Bereich der Unternehmenskommunikation haben, an diesem Programm teilnehmen.





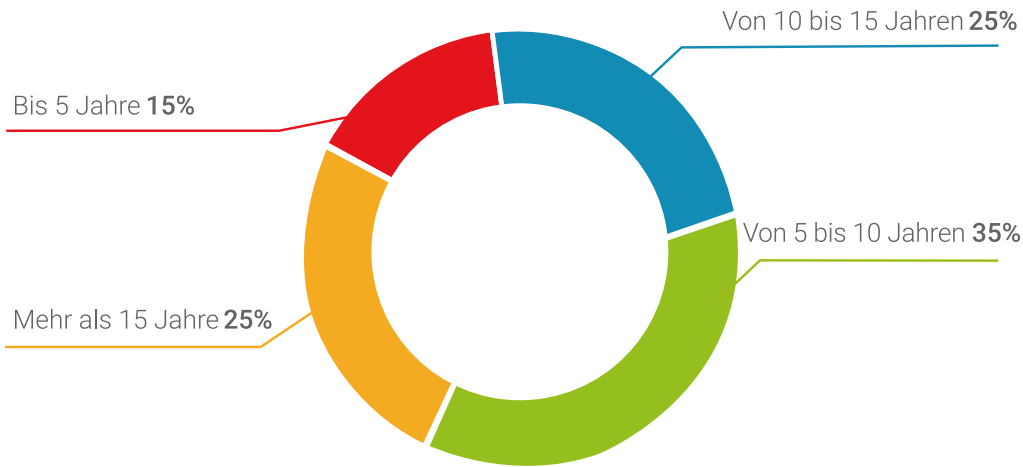
“

*Lernen Sie die Methoden zur Erforschung des Unternehmensimages kennen und wenden Sie Kommunikationsinstrumente an, um es in Unternehmen und öffentlichen Organisationen effektiv zu verwalten"*

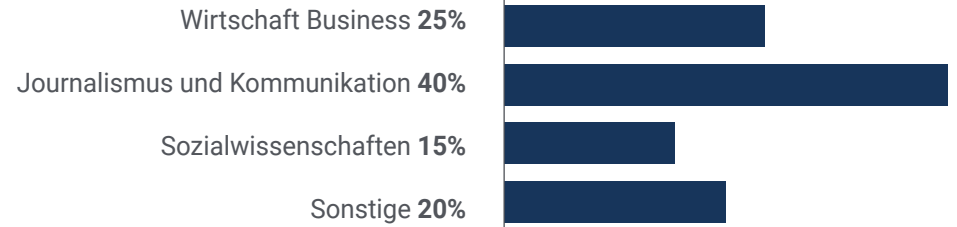
## Durchschnittliches Alter

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

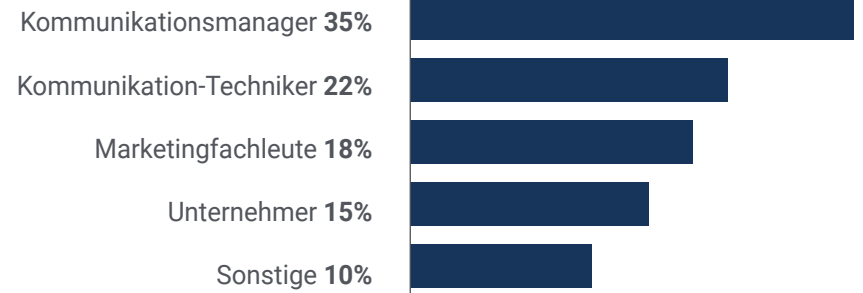
## Jahre der Erfahrung



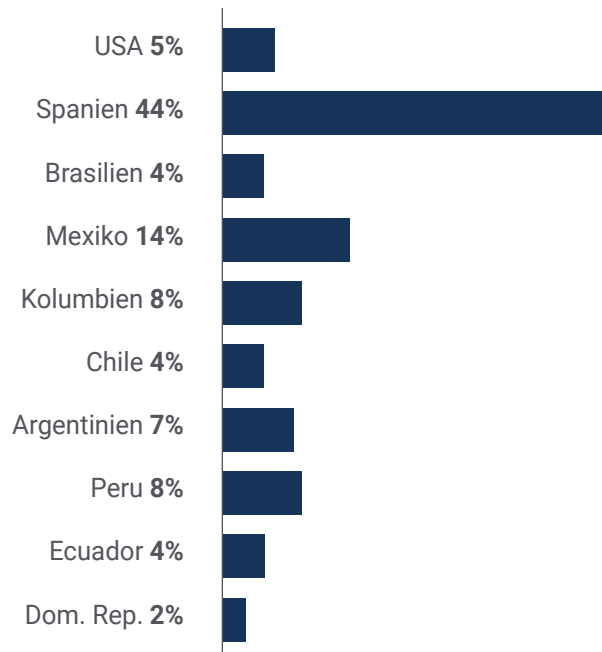
## Ausbildung



## Akademisches Profil



## Geografische Verteilung



## Ana Luisa Silva

Leiterin der Kommunikation in einem multinationalen Unternehmen

*"Dieses Programm hat mir auf einfache und effiziente Weise die Bedeutung der Kommunikation in einem Unternehmen näher gebracht. Ich habe entdeckt, dass es in diesem Bereich immer Raum für Kreativität gibt. So habe ich meine Arbeitsprojekte verbessert und es geschafft, zum Leiter der Kommunikation in meinem Unternehmen aufzusteigen"*

08

# Auswirkung auf Ihre Karriere

Wir sind uns bewusst, dass die Durchführung eines Programms mit diesen Merkmalen eine große wirtschaftliche, berufliche und natürlich auch persönliche Investition bedeutet. Aus diesem Grund wird das oberste Ziel immer sein, alle notwendigen Werkzeuge und eine innovative Methodik bereitzustellen, um die Studenten in jeder Unterrichtseinheit zu motivieren. Dies garantiert eine erfolgreiche Jobvermittlung in einem Sektor, der Qualität und Exzellenz verlangt.





“

*Sie werden in der Lage sein, Ihre berufliche Laufbahn positiv zu verändern, indem Sie Ihre Kreativität in verschiedenen Medien fördern. Wir helfen Ihnen, dies zu erreichen"*

### Sind Sie bereit, den Sprung zu wagen?

#### Es erwartet Sie eine hervorragende berufliche Weiterentwicklung

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

Wenn Sie sich verbessern, eine positive Veränderung auf beruflicher Ebene erreichen und mit den Besten zusammenarbeiten wollen, sind Sie hier genau richtig.

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

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

### Zeit für Veränderungen



### Art der Änderung



## Verbesserung der Gehälter

---

Der Abschluss dieses Programms führt zu einer Gehaltserhöhung von mehr als **25,42%** für unsere Auszubildenden.



09

# Vorteile für Ihr Unternehmen

Der Universitätsexperte in Kommunikation trägt dazu bei, die Talente des Unternehmens durch die Fortbildung von hochrangigen Führungskräften auf ihr volles Potenzial zu bringen.

Die Teilnahme an diesem Programm ist eine einmalige Gelegenheit, ein leistungsfähiges Kontaktnetz zu knüpfen, um künftige Geschäftspartner, Kunden oder Lieferanten zu finden.





“

*Organisieren Sie Veranstaltungen im privaten und öffentlichen Bereich unter Einhaltung der protokollarischen Richtlinien"*

## 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 Kommunikation 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 Kommunikation** 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: **Universitätsexperte in Kommunikation**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **600 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 Kommunikation

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

# Universitätsexperte Kommunikation

