

Werbe-Basics

Werbung entwickeln, planen und budgetieren

Werbung und Unternehmenskommunikation werden immer bedeutender, wenn es um Wertsteigerung von Marken und Unternehmen geht. Darüber hinaus entscheidet oft die Wahrnehmung von Marken, ob ein Produkt gekauft wird oder in Schönheit untergeht. Die Reizüberflutung erfordert raffinierte Strategien und ausgezeichnete Ideen sowie Kenntnisse in der Werbetechnik. Allrounder-Wissen ist für den erfolgreichen Umgang mit Fachspezialisten unverzichtbar.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter in Marketingabteilungen von Unternehmen sowie ambitionierte Mitarbeiter, die sich um die Kommunikation in ihren Unternehmen kümmern wollen.

VORAUSSETZUNG

Grundverständnis von Marketing und Vertrieb, Kommunikation und Werbung.

KURSYNHALT

- **Modul I:** Grundlagen: Grundzüge der Werbung, Potenziale, Wirkungsweise, Marketing-Grundlagen, Strategie
- **Modul II:** Kreation: Kreativitätstechniken, Ideen finden, Kampagnendesign, Text/Bild Konzepte
- **Modul III:** Text: Namensfindung, Claim, Slogan, Recherche
- **Modul IV:** Konzeption: Kommunikationskonzept, Präsentation
- **Modul V:** CI/CD: Corporate Design, Corporate Identity, Corporate Wording
- **Modul VI: Media:** Briefing, Budgetierung, Medienplan
- **Modul VII:** New Media: Direct Marketing, Mobile Marketing, Online Marketing

- **Modul VIII:** Event Marketing: Public Relation, Events

Der Kurs lebt vom Praktikerwissen und der Erfahrung aus 25 Jahren Kommunikationsagentur-Aufgaben. Zahlreiche Arbeitsbeispiele und reale Fallstudien vermitteln ein vielseitiges Bild aus dem Aufgabengebiet eines Werbeexperten.

KURSDAUER

28 Stunden aufgeteilt auf 4 Tages- bzw. 8 Abendkurse

KURSBEITRAG

EUR 840,- inkl. MwSt. und inklusive dem Buch «Kribbeln im Kopf» von Mario Pricken.

TERMINE

- | | | |
|-----------------|-------------------|--------------------------------------|
| • Tagesseminar: | 28.09. – 19.10.11 | Mittwoch, 8:30–12:30 und 13:30–16:30 |
| • Abendseminar: | 27.02. – 21.03.12 | Montag und Mittwoch, 18:30–22:00 |