

Gliederung Vorlesung „Die Gestaltung von Werbung“

Planung, Erfolgsfaktoren, Gestaltung.

1. Einleitung

1. Kommunikation im Rahmen des Marketing Mix
2. Formen und Funktionen der Marktkommunikation
3. Die verschiedenen Instrumente der Kommunikationspolitik
4. Wirtschaftliche Bedeutung der Werbung
5. Die Definition der Kommunikationsziele
6. Die Definition der Zielgruppe(n)
7. Die integrierte Kommunikation

2. Werbewirkung

1. Verhaltenswissenschaftliche Grundlagen der Kommunikationswirkung und der Werbung
2. Maßgrößen des Werbeerfolgs

3. Die wesentlichen Gestaltungsformate der Werbebotschaft in TV und Print

4. Einige Gestaltungsgrundsätze für Werbung für TV, Print, Funk, Plakat und Online

5. Prominente in der Werbung

6. Werbung und die englische Sprache

7. Werbung für Dienstleistungen

8. Internationale Kommunikation

9. Online-Werbung