

## **Gliederung Vorlesung „ Werbeplanung und Werbe-Controlling“**

### **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. Stufenmodelle, Involvement, ELM Modell, Wirkungspfade
2. Verhaltenswissenschaftliche Grundlagen der Kommunikationswirkung und der Werbung

### **3. Maßgrößen des Werbeerfolgs**

### **3. Die verschiedenen Kampagnentypen**

### **4. Strategische Werbeplanung: Kerndefinition der Kommunikations-Strategie**

### **5. Die wesentlichen Gestaltungsformate der Werbebotschaft**

1. Gestaltungsformate und Gestaltungsgrundsätze
2. Prominente in der Werbung

### **6. Werbecontrolling mit Marktforschung**

### **7. Direktwerbung**

### **8. Sponsoring**

### **9. PR**

### **10. B2B-Kommunikation**

### **11. Werbung für Dienstleistungen**

### **12. Media**

1. Wichtige Mediabegriffe
2. Veränderungen der Mediennutzung durch das Internet
3. Mediaplanung

### **13. Budgetplanung des Kommunikations-Mix**

### **14. Internet - Online Werbung**