

Nr.	Titel	Zeit/Ort	Lehrende
FT 4501	<p>Fachtheorie Communication (Modul 450 Communication Theory and Research)</p> <p>Gute Werbung braucht zwei wichtige Zutaten: eine gute Kreation und eine sehr gute Strategie. Nur auf diese Weise können Erfolge besser und schneller erreicht werden als von der Konkurrenz. Dabei gilt: Ohne besondere Zielgruppenkenntnis, keine besonders wirksame Kommunikation. Um eine Zielgruppe mit einer bestimmten Botschaft zu erreichen und von dem eigenen Angebot zu überzeugen, ist in Marketing und Werbung ein grundlegendes Verständnis wichtig, wie verschiedene Menschen in bestimmten Lebenslagen und Situationen denken, fühlen und handeln. Was zeichnet zum Beispiel die Generation Y gegenüber der Generation Z aus? Was macht Digital Natives so besonders? Wie leben Hipster? Was überzeugt junge Mütter, was wollen frisch Verliebte hören und welche Botschaft kommt bei best friends (bff) gut an?</p> <p>Aus einem tiefergehenden Verständnis heraus, wie eine bestimmte Zielgruppe in ihrem Leben und Konsum „tickt“, lassen sich Insights ableiten, um die Zielgruppe strategisch mit Erfolg zu erreichen. In dieser Veranstaltung wollen wir uns daher mit der Entwicklung und Umsetzung erfolgversprechender Kommunikationsstrategien für verschiedene Marken befassen: Was macht gute Kommunikationsplanung (Planning) aus? Wer ist die geeignete Zielgruppe für ein bestimmtes Angebot? Wie finden wir heraus, wie eine Zielgruppe „tickt“? Welche besondere Rolle haben Emotionen und Werte für eine Zielgruppe und deren Konsum? Wie lassen sich Kommunikationsstrategien für verschiedene Zielgruppen und Produkte sowie Marken formulieren und welche zielführenden Gestaltungsideen für die eigene Kampagnenkreation leiten sich daraus ab?</p>	<p>Freitag: 09:00 - 13:00, wöchentlich (ab 18.10.2024), Ort: HIWB207 - Advertising Design</p>	Schimansky, Alexander