

IMK-Kernlehrplan für das Fach: ga – Global Advertising

Vorlesung	1	2	3	4	5
Lernziel	Einführung in das Fach	Das globale Produkt & Der globale Konsument	Globales Umfeld & Globale Marken	Wie eine globale Kampagne erstellt wird von A-Z	Globale Kampagne selbst erstellen
Lerninhalt	Kennenlernen, Definitionen Global Advertising, Basics, Beispiele aus der „großen Welt der Werbung“	Erlernen von Tools anhand von Beispielen und Gruppenarbeit: Wie kann man ein Produkt einzigartig beschreiben? Wie kann man eine globale Zielgruppen formulieren?	Erlernen von Tools anhand von Beispielen und Gruppenarbeit: Wie kann man das Umfeld beschreiben? Welche Marken sind besonders global, und was kann man mit ihnen anstellen?	Case Study	Studenten erstellen selbst Kampagnen auf der Grundlage von Cases
Lernmethode (Sozialform)	Vorlesung	Vorlesung + Gruppenarbeit	Vorlesung + Gruppenarbeit	Vorlesung	Gruppenarbeit
Lerntechnik (Medien)	Powerpoint-gestützte Vorlesung	Powerpoint-gestützte Vorlesung	Powerpoint-gestützte Vorlesung	Powerpoint-gestützte Vorlesung	Powerpoint-gestützte Vorlesung
Benotung	Mündliche Mitarbeit	Mündliche Mitarbeit	Mündliche Mitarbeit, optionale Hausaufgabe	Mündliche Mitarbeit	Präsentation
Vernetzung mit anderen Fächern:	Strategische Planung				

© IMK, Berlin • Wiesbaden – Dozent: Michael Giatas

Stand: 01.06.2008