

# IMK-Kernlehrplan für das Fach: ga – Global Advertising

Vorlesung	1	2	3	4	5
<b>Lernziel</b>	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
<b>Lerninhalt</b>	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
<b>Lernmethode (Sozialform)</b>	Vorlesung	Vorlesung + Gruppenarbeit	Vorlesung + Gruppenarbeit	Vorlesung	Gruppenarbeit
<b>Lerntechnik (Medien)</b>	Powerpoint-gestützte Vorlesung	Powerpoint-gestützte Vorlesung	Powerpoint-gestützte Vorlesung	Powerpoint-gestützte Vorlesung	Powerpoint-gestützte Vorlesung
<b>Benotung</b>	Mündliche Mitarbeit	Mündliche Mitarbeit	Mündliche Mitarbeit, optionale Hausaufgabe	Mündliche Mitarbeit	Präsentation
<b>Vernetzung mit anderen Fächern:</b>	Strategische Planung				

© IMK, Berlin • Wiesbaden – Dozent: Michael Giatas

Stand: 01.06.2008