

## **PRAXISFELD WERB – Werbung**

### **Werbung & Marktkommunikation**

In der letzten Dekade hat ein immer größer werdender Anteil der Absolventen kommunikationswissenschaftlicher Studienrichtungen in der Werbung Fuß fassen können. Es kommt auch nicht von ungefähr, dass sich die Ausdifferenzierung der Werbung in der Praxis auch durch den Zusatz Marktkommunikation manifestiert. Aber auch die wissenschaftliche Beschäftigung mit Fragestellungen der Werbung hat sich innerhalb des Faches stark entwickelt.

Literaturtipps:

Siebert, Gabriele / Brecheis, Dieter (2005): Werbung in der Medien- und Informationsgesellschaft. Eine kommunikationswissenschaftliche Einführung. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften. S. 16 – 26; 40 – 56.

### **Infos zum Praxisfeld**

#### **Abgrenzung AT – UE:**

AT ist der Basiskurs, die 1. Übung der Studierenden im Praxisfeld. Die VO wird üblicherweise parallel zur AT besucht (dies ist aber keine Voraussetzung!).

In der AT sollen die Studierenden einen Überblick über die Tätigkeitsfelder bekommen, einzelne Instrumente kennen lernen und ausprobieren.

Die AT sollen einen möglichst homogenen Inhalt haben, damit die Lehrenden der UE darauf aufbauen können, egal aus welcher AT die Studierenden kommen.

In den UE sollen größere zusammenhängende Übungen durchgeführt werden, hier können verschiedene inhaltliche Schwerpunkte gesetzt werden.

## **Inhalte der Lehrveranstaltungen im Praxisfeld Werbung – WERB**

### **AT-WERB**

#### **Inhalte:**

Berufsmöglichkeiten in der Werbung in Österreich

Zielgruppen

Grundlagen des Marketing (Marketing-Mix)

Positionierung

Werbe-Konzeption und Ziele

Gestaltung von Werbemitteln

Medien – Einsatz und Potential einzelner Mediengattungen in der Werbung

Grundbegriffe der Mediaplanung

Marke, Markenbildung, Marke als Kommunikations-Phänomen

Einsatz der Markt- und Meinungsforschung in der Werbung

### **UE-WERB**

#### **Mögliche Schwerpunkte (weitere Schwerpunkte sind natürlich möglich!!):**

Kreativitätstechniken

Schreiben in der Werbung

Schwerpunkt auf bestimmte Branchen (Gesundheitsprodukte, Konsumgüter, ...)

Virales Marketing

Branding

#### **Inhalte je nach Schwerpunkt bzw. Vertiefung der Inhalte (aus der AT):**

Spezifika eines bestimmten Tätigkeitsfeldes  
Zielgruppen  
Positionierung  
Werbe-Konzeption  
Gestaltung von Werbemitteln

## **VO-WERB**

### **Inhalte:**

Standortbestimmung Werbung  
Aufgaben und Ziele der Werbung  
Möglichkeiten der Werbung  
Tätigkeitsfelder der Werbung  
Abgrenzung und Gemeinsamkeit von Werbung und PR sowie anderen Kommunikations-  
Disziplinen  
Integrierte Kommunikation  
Einsatz von Markt- und Meinungsforschung in der Werbung  
Zugang zu Berufen in der Werbe, Professionalisierung der Werbung  
Ethik in der Werbung  
Werbewirkungsforschung  
Werbe-Theorien und Forschungsansätze  
Werbesemiotik  
Überblick: Werbemittel + Product Placement, Direct Marketing  
Werbeträger  
Rechtliche Rahmenbedingungen der Werbung  
Ökonomische Rahmenbedingungen der Werbung  
Guerillamarketing, virales Marketing, Werbeformen im Internet, Social Networks, Web 2.0.  
Präsentation von Beispielen für gute Werbung in Print, HF, TV, Internet  
Werbung in Österreich  
Zugang zu Berufen in der PR, Agenturenlandschaft in Österreich, Berufsbild  
Werbebranche / Werbelandschaft in Österreich