

## Text-College Online-Fernkurs

Der Text-College Online Fernkurs bietet eine Grundausbildung zum Beruf des Werbetexters, die den Anforderungen der Werbebranche entspricht. Er umfasst 40 Wochenlektionen, die je ca. 5 Stunden Bearbeitungszeit in Anspruch nehmen. Jede Lektion wird vom zugordneten Lehrer ausführlich, individuell und schriftlich korrigiert und kommentiert. Darüber hinaus steht der Lehrer den Studenten per E-Mail oder Telefon für Fragen zur Verfügung. Jeder Fernkurs-Teilnehmer kann auf Wunsch auch an Präsenzveranstaltungen teilnehmen, die während der Laufzeit des Fernkurses in München stattfinden.

Die Lehrkräfte sind Werbetexter und „Creative Directors“ mit langjähriger Berufserfahrung und den notwendigen pädagogisch-didaktischen Fähigkeiten, die sie durch mehrjährigen Einsatz in den Text-College Präsenzkursen nachgewiesen haben.

Regelmäßige Evaluierung durch die Studenten und Gespräche mit den Agenturen, die Absolventen aufnehmen sind die Grundlagen des kontinuierlichen Qualitätsmanagements.

## Übersicht über die Studieninhalte

Themengruppen	Was wird behandelt	Zahl der Lerneinheiten (ca.)
Grundlagen	Was ist Werbung? Welche Rolle spielt Werbung im Marketing? Wie funktioniert Werbung? Wie entsteht Werbung? Welche Arten der Werbung gibt es? Welche Leute sind daran beteiligt? Was ist die Rolle des Texters? Was macht ein Creative Director? Was muss der Texter können und wissen?	2
Werbepsychologie	Welche Werbeimpulse werden wahrgenommen, welche werden ausgeblendet? Warum Werbung auch ohne Argumente funktioniert. Was man über die Funktion des Hirns wissen muss, um überzeugende Strategien zu entwickeln.	8
Konzeptentwicklung	Briefing/Re-Briefing/Creative Brief Strategie/Copy-Strategie Welche Informationen sind notwendig?	10

	Wie entsteht eine Kampagne? Was ist eine „Selling Idea“?	
Ideenfindung	Was ist eine Idee? Warum braucht man Ideen? Wie findet man Ideen? Wann ist eine Idee gut?	16
Schreiben	Wie schreibt man:  Headlines Claims Copy Long Copy Anzeigen Plakate TV Funk Werbebriefe Internet-Texte Sonstige Texte Produktnamen/Markennamen Wie findet man sich in eine Tonalität ein?	36
Das Handwerkszeug des Texters	Rechtschreibung Grammatik Stil Rhetorik	4
Webtexten	Was muss man beachten, wenn man fürs Internet textet? Wie geht SEO-Texten? Was ist SEM-Marketing? Was bedeutet „barrierefrei“ im Web?	2
Sonstiges	Musik, Geräusche: Was der Texter darüber wissen sollte Sprecher, Schauspieler, Regisseure etc. Hat ein Texter eine gesellschaftliche Verantwortung? Was sollte der Texter über Wettbewerbsrecht wissen? Was über Werbepsychologie? 5 Bücher, die jeder Werber gelesen haben sollte. Corporate Wording: Was ist das?	6
Terminologie, Fachbegriffe, Kürzel	Was ist z.B.: AIDA, KISS, CRM, USP, POS, B2B, B2C, OOH, ADC, BBDO, SEO, SEM, CTA usw.	2

Berufskunde	Wo kann ein Texter arbeiten? Fest oder frei? Wie bewirbt man sich richtig? Was gehört in die Bewerbungsmappe? Wie kommt man voran mit der Karriere?	2