

Proseminar: Wie macht man Werbung?

Ingo K. Thielen, M.A. thielen@tazlthielen.de

Universität Duisburg/Essen,

Inst. für Kommunikationswissenschaft, Prof. H.W. Schmitz, SoSe 2006

Ablauf Werbekonzeption

- I)
 1. Briefing
- II)
 2. Recherche
 - a. Marktanalyse
 - b. Wettbewerbsanalyse
 3. Ideenfindung
 4. Strategiedefinition
 5. Maßnahmandarstellung
 6. Instrumente/Kommunikationsmittel
 7. Kostenübersicht
 8. Zeitplan
- III)
 9. Präsentation
- IV)
 10. Kooperationsvertrag
 11. Feinkonzept
 12. Umsetzung
- V)
 13. Auswertung