

Zrealizowany program

2.04.2009

Przyjazd do Münster, po południu spotkanie z grupą niemiecką, gry zapoznawcze, podział na grupy, zapoznanie się z materiałami reklamowymi i produktami lubelskich firm, miasta i regionu.
Wieczorem zwiedzanie Sali Pokoju w Ratuszu, *Ratsherr Frank Baumann, Münster*

3.04.2009

- Wykład: „**Jak robi się reklamę**” *Tim Karis*
- Promujemy: Lublin, województwo, lubelskie firmy
- Zwiedzanie Münster z przewodnikiem
- Przedstawienie poszczególnych warsztatów, podział na grupy (teatr, radio, film, print& internet)
- Praca w grupach

4.04.2009

- Praca w grupach
- Wykład: „**Potęga światowa Google: przez finansowanie reklamą - do koncernu światowego, strategię, korzyści i niebezpieczeństwa w Web 2.0**”, *Dominik Osterholt, Google, Dublin*
- Praca w grupach

5.04.2009

- Niedziela palmowa, aktywny udział we mszy w niemieckim kościele
- Warsztaty: **Autoreklama, mowa ciała i „Marketing własnej osoby”**, *Ursula Krawczyk*

6.04.2009

Wyjazd do Düsseldorfu:

- Wykład: „**Granice reklamy, reguły współzawodnictwa i ich przestrzeganie na wolnym rynku, na przykładzie Landesmedienanstalt NRW**”, *Holger Girbig, LfM*
- Zwiedzanie dzielnicy medialnej (Medienhafen) z przewodnikiem
- Wizyta w stacji telewizyjnej WDR
- Zwiedzanie LTU-Arena
- Wykład: „**Marketing sportowy na przykładzie Bayer 04 Leverkusen, Fußball GmbH**”, *Dominik Roggenkamp*

7.04.2009

- Wykład: „**Koncepcja reklamowa Corporate Identity na przykładzie der Westfälischen Provinzial AG**”, *Norbert Wessels, Westf. Provinzial Vers. AG*
- Praca w grupach

8.04.2009

- Praca w grupach
- Wykład: „**Droga zawodowa w reklamie**”, *Jens Auhage, Köln*
- Praca w grupach do późnych godzin nocnych

9.04.2009

- Prezentacja prac poszczególnych grup
- Ocena warsztatów – bardzo pozytywna zarówno ze strony młodzieży jak i referentów
- Wyjazd do Polski (ok.godz. 14.30) i wyjazd niemieckich uczestników